الشبكات الاجتماعية على الإنترنت
وتأثيرها فى المعرفة البشرية
النظرية والتطبيق

تأليف / **محمود طارق هارون**
مدرس مساعد - كلية الآداب
جامعة عين شمس



دار الفجر للنشر والتوزيع



الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

وتأثيرها فى المعرفة البشرية

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتأثيرها فى المعرفة البشرية

النظرية والتطبيق

الطبعة الأولى 2017

تأليـــف : محمود طارق هارون

رقم الإيداع : 2136

ISBN : 978-977-358-361-1

الناشر

دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأشقر - النزهة الجديدة
القاهرة - مصر
تليفون: 26242520 - 26246252(00202)
فاكس: 26246265 (00202)
Email: info@daralfajr.com

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

وتأثيرها فى المعرفة البشرية

النظرية والتطبيق

تأليف

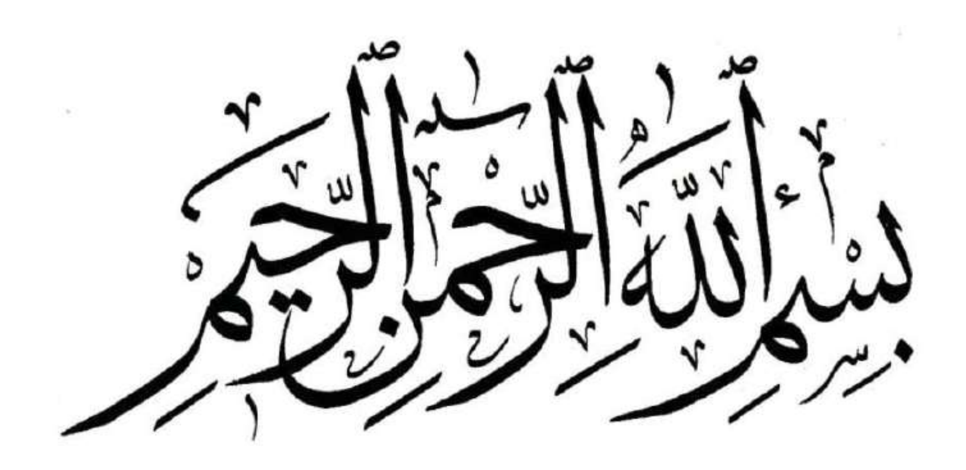
محمود طارق هارون

مدرس مساعد - كلية الآداب

جامعة عين شمس

دار الفجر للنشر والتوزيع

2017



(وَلاَ تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْؤُولاً {36/17})

[الإسراء : 36]

الاهداء

إلى رفيقة دربي وشريكة حياتى ... زوجتى الغالية

إلى ابنى الغالى قرة عينى ... " يونس "

قائمة المحتويات

مقـــــــدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه، وبعد ... لقد كان التزايد المستمر والمحلوظ لظاهرة جديدة تعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنتOnline Social Networks Sites سببًا وراء ظهور الاهتمامات البحثية المرتبطة بكلٍ من: الدراسات والبحوث التى تُعنى بكيفية التواصل الاجتماعي بين الأفراد والهيئات والمنظمات في سياق البيئة الإلكترونية من جهة، والتعرف على الخدمات التى تقدمها الشبكات الاجتماعية من جهة أخرى، فضلاً عن تحليل الروابط الفائقة بين تلك المواقع ببعضها البعضBoyd، D. M.، & Ellison، N. B . 2007)). هذا وقد بدأت مواقع الشبكات الاجتماعية بالظهور على استحياء في منتصف التسعينيات من القرن الماضى تحديدًا في عام 1995 * فكانت فكرتها بسيطة للغاية، حيث يقوم المشترك بإضافة الملف الشخصى الخاص به وصوره له لكى يتمكن أعضاء الموقع من التعرف عليه، وبعض المعلومات الشخصية عنه، وملفات الفيديو الخاصة به ... إلخ، ويساهم هذا النوع من المواقع بصنع طريقة إتصال سهلة وسريعة بين مستخدميه كالبريد الإلكتروني، ولكن في ذلك الوقت كانت أغلب تلك المواقع تجارية وتقدم

* ظهرت مواقع الشبكات الاجتماعية عام 1995، لكنها لم تنشط وتنتشر إلا في عام 2003 بظهور ما يعرف بالموجه الثانية من الشبكات الاجتماعية مثل موقعى Myspace.com، Facebook.com وهما ما يمثلا التطور الحقيقى للشبكات الاجتماعية.

خدماتها بمقابل مادى، مثل موقع ماتش Match.com وقد يتضح تأثير أنماط التفاعل الاجتماعي بين البشر عبر مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال حجم المشتركين فيها، فهى تضم مئات الملايين من المستخدمين للتفاعلات الاجتماعية عبر العالم، ومنها عشرات الملايين من الشباب العربى (Vazire،Goslign S & Augustine A ، 2011) وقد قامت مؤسسة We Are Social بإصدار تقرير يسلط الضوء على حالة استخدام وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي مع تقديمها لأرقام وبيانات خاصة بعام 2013 حيث أشار إلى أن منصات الشبكات الاجتماعية تواصل تحقيق معدلات نمو متزايدة من حيث نسبة الاستخدام، حيث تمكنت أعلى تلك الشبكات من إضافة أكثر من 135 مليون مستخدم جديد خلال عام 2013. كما يظهر التقرير أيضًا أن المناطق التى تستحوذ على أكبر نسبة من مستخدمى الإنترنت هى نفسها التى تمتلك أعلى نسب انتشار لمستخدمى الشبكات الاجتماعية النشطين، حيث تحتل منطقة الشرق الأوسط المركز التاسع بنسبة 24%[*] **وتتأتى أهمية الكتاب من عدة إعتبارات من بينها :**

أ- قلة الدراسات المتعلقة بتتبع الجذور التاريخية للشبكات الاجتماعية بشكل عام ومواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بشكل خاص.

ب- ندرة الدراسات العربية المتعلقة بآليات تقييم شبكات التواصل الاجتماعي.

ج-تعد الشبكات الاجتماعية إحدى الطرق الحديثة والمتطورة والتى تُسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهى القيم التى ينطلق منها أى مشروع تنموى ثقافي.

---

[*] We are social (2014). Global Digital Statistics. Retrieved From : http://www.etonpreneurs.com/uploads/Global.pdf

ونظراً لما تتمتع بـه مواقع الـشبكات الاجتماعيـة مـن أهميـة في جميـع مناشـط الحيـاة الاجتماعية، والإعلامية، والسياسية خاصة مع قيام الثورات العربيـة في الربـع الأول مـن عـام 2011، وبروز دورها كمصدر من مصادر المعلومـات، حيـث تركـز تلـك المواقـع عـلى نوعيـة مـن المحتـوى يطرحه فكر المـستخدم User Generated Content، مـما يتـيح لـه أن يظهـر كيانـه وهويتـه وأن يلتقى ويتفاعل مع أفكار ورؤى الآخـرين (مـراد، ماجـدة 2012). ونظـراً لتواجـد مواقـع الـشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، ولقدرتها على النفاذ إلى الأفراد والجماعـات بـسرعة ويـسر، ولإتاحتهـا مصادر المعلومات والمعرفة بأساليب مختلفة غير تقليدية، وقدرتها على تحقيـق التفاعـل والإنـدماج في إطار من الألفة والـصداقة، فيـأتي دور هـذا الكتـاب في محاولـة متواضـعة لرسـم صـورة واضـحة للشبكات الاجتماعية على العنكبوتية من خلال : التعرف على أهداف مواقـع الـشبكات الاجتماعيـة على الإنترنت، ومسارات تطورها، ومكوناتها الأساسية، وخـدماتها، وتقنيـات الاتـصال بهـا وأثرهـا في تشكيل الوعى الثقافي والمعرفي وتوجيه أنماط التفكير، فضلاً عن التعرف على المعايير العالمية الخاصة بتقييم وتحليل مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وأبرز فئاتها ...إلـخ. ويـضم وهـذا الكتـاب بين طياته مقدمة وستة فصول يتناول <u>الفصل الاول</u>: **الشبكات الاجتماعية وجـذورها التاريخيـة: نظرة عامة** حيث يستعرض كرونولوجيا الشبكات الاجتماعية، نظرية الجسور الـسبع لكونيغـسبرج، نظرية الانفصال ذي الدرجات الست، محاولات كل من كوشين Kochen وآيثيل دي سولا، الشبكات المعقدة، ظاهرة العالم الصغير، نظرية قوة الروابط الضعيفة. <u>الفصل الثـانى</u>: **الـشبكات الاجتماعيـة المتاحة على العنكبوتية** : نـشأتها وتطورهـا حيـث ينـاقش هـذا الفـصل تطـور تقنيـات التواصـل

مستقرة، ولا متوازنة عندما تمتلئ الحياة الاجتماعية بالعديد من المحتوى الإعلامـي عـلى كـل المستويات بسبب ضغوط معينة (مكانية: حدود إقليم بث معين، زمانية: دورة حـدث معـين مثل أزمة سياسية عالمية) هناك حدود حتى لاستخدام المعنـى الأكـثر دقـة لمصـطلح "الفـوق مشبع" لالتقاط كثافة وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة : تقـوم الحيـاة الاجتماعيـة عـلى أساس التفسيرات، لكن السائل لا "يفسر" فقاقيع الغاز المدخله فيه! لكن عـلى الأقـل يسـمح لنا تشبيه (الفوق مشبع) بتقدير تحـول المراحـل في الحيـاة الاجتماعيـة عنـدما يبلـغ التشـبع بوسائل الإعلام نقطة معينة : التغيرات في احتمالات التنظيم خلال العالم الاجتماعـي. في هـذه النقطة ، يصبح من الواضح أننا في حاجة إلى الاتصال بالنظرية الاجتماعية.

نحو نظرية إعلامية موجهة اجتماعياً:

أود في هذا الكتاب تطوير بعض الأدوات المفاهيمية متوسطة المدى لفهم الاخـتلاف الذي تصنعه وسائل الإعلام في حياتنا: أنه عمل نظرية إعلامية. لكـن أي نـوع مـن النظريـات الإعلامية؟

ليس ممكنا وجود نظرية إعلامية "نقية"، طالما أن وسائل الإعلام دائماً جزء، وتتضمن تاريخياً وسائل توصيل المعلومات والمعنى. حتى أكثر نظريات الاتصال تجريـداً، مثـل نظريـة شانون **Shannon**، و ويفر **Weaver** "نظرية رياضية للاتصال" لا يمكن أن تظهـر إلا كبـارزة في السياق التاريخي الخاص، في عصر الكومبيوتر والإنترنت عندما أُخترعت الشـفرات لتحويـل المعلومات المعقدة إلى أشكال شائعة بسيطة. ما أسميه – للتسـهيل- نظريـة إعلاميـة تنطـوي على خيارات معينة حول البيانات التي تعتمد عليها وأنـواع التحلـيلات التـي تفضـلها. دعنـي أشرح.

للتبسيط، قد نفكر في دراسات وسائل الإعلام كهرم له أربـع قمـم. يمكننـا رفـع الهرم في الاتجاهات الأربعة بنوع الدراسات التي نريد منحها الأولويـة في الأعـلى، بيـنما تشكل الموضوعات الأخرى قاعدة الهرم. لا توجد طريقة "صـحيحة" أو "فضـلى" لرفـع

الفصل الأول

الشبكات الاجتماعية وجذورها التاريخية : نظرة عامة

0/1 تمهيد

يهتم هذا الفصل بإلقاء الضوء على طبيعة الشبكات الاجتماعيـة Social Networks مـن الناحية التاريخية، التعريفية، وفكرتها ؛ موضحًا النظريات المختلفة ذات الصلة.

1/1 كرونولوجيا* الشبكات الاجتماعية :

يرجـع الفـضل لعـالم الأنثربولوجيـا الـشهير ج.آ. بـارنز J. A. Barnes. في صـك ذلـك المـصطلح عـام 1954 حيـث عَـرف الـشبكات الاجتماعيـة بأنهـا "مجموعة الوحدات Nodes التى تربط البنية الاجتماعية مـن أفـراد ومـنظمات في نسيج واحد متكامل، تعكس خلالها كل من العلاقـات وتـدفقاتها في الأوسـاط

* ترجع الجذور اللغوية للكلمة إلى اليونانية (χρόνος) وكان المقصود بها قديمًا (علم الزمن) أما في وقتنا الحالى فعرفـت بعلم تحديد الأحداث حسب الفترة الزمانية أو بمعنى أدق التطور التاريخى للأحداث أو الظواهر.

ربما أكثر أشكال نظريات الإعلام المحتفل بها مؤخراً " نظرية الوسيلة" والتي كان من أشهر مؤيديها المُنَظِر الكندي مارشال ماكلوهان **McLuhan** ، وهارولد إنيس **Harold Innis** ، والمنظر الألماني فريدريش كتلر **Friedrich Kittler** الذي توفي في أكتوبر 2011. كما أضاف كتلر بعض التصورات الذكية إلى ما الذي تفعله وسائل الإعلام، وخاصةً كيف ظهرت تكنيكات واختراعات معينة "كوسائل إعلام"، وبالتالي كيف امتدت وسائل الإعلام، وبالطبع منحت شكلا جديدا لحواسنا وقدراتنا الإدراكية. بعض تصورات كتلر لها تطبيقات في سوسيولوجيا وسائل الإعلام، لكن اهتمام كتلر الحقيقي كان فهم المساهمة "التقنية" المميزة المصنوعة لأجل قدراتنا الممتدة بواسطة كل وسيلة إعلام عند نقطة ظهورها. هذا فقط يفسر كيف استطاع تخصيص بعض الصفحات القليلة في نهاية كتابه "وسائل الإعلام المرئية" للكومبيوتر الذي في انتصاره "تصفية لخيال ما قبل الإعلام، وأكمل تاريخه لوسائل الإعلام كامتداد للحواس الإنسانية. هذا يركز على "الخواص" التقنية لكل وسيلة إعلامية كما يذكر كتلر بنفسه "لننسى البشر، واللغة، والشعور"، ولنتجنب "المدخل إلى وسائل الإعلام القائم على المحتوى التافة"، أو دراسة "الأفلام والبرامج التليفزيونية الشعبية". أنه حتى يعني تجنب علم الاجتماع نفسه، طالما أن كتلر لم يظهر أي اهتمام بكيف طرحت وسائل الإعلام مثل الكومبيوتر للاستخدام: يقَدِمَ كما يذكر جون دورهايم بطرس **Peters John Durham** "دراسات وسائل الإعلام بدون ناس" نظرية وسائل/وسيلة الإعلام ابتعدت بخلفيتها عن علم الاجتماع.

على النقيض من كتلر، أُقدم في هذا الكتاب نظرية إعلامية متجهة نحو علم الاجتماع والنظرية الاجتماعية.هذه الاحتمالية الرابعة للنظرية الإعلامية تؤسس لكيف طرحت وسائل الإعلام للاستخدام، والمساعدة في تشكيل الحياة الاجتماعية، وكيف تُداولَت المعاني من خلال وسائل إعلام لها آثار اجتماعية.

يفتقر هذا النوع من النظرية الإعلامية إلى وجود اسم جاهز له، لذا دعوني اسميه، اسمربك قليلاً، نظرية إعلامية موجهة اجتماعيا: وهي نظرية تركز على

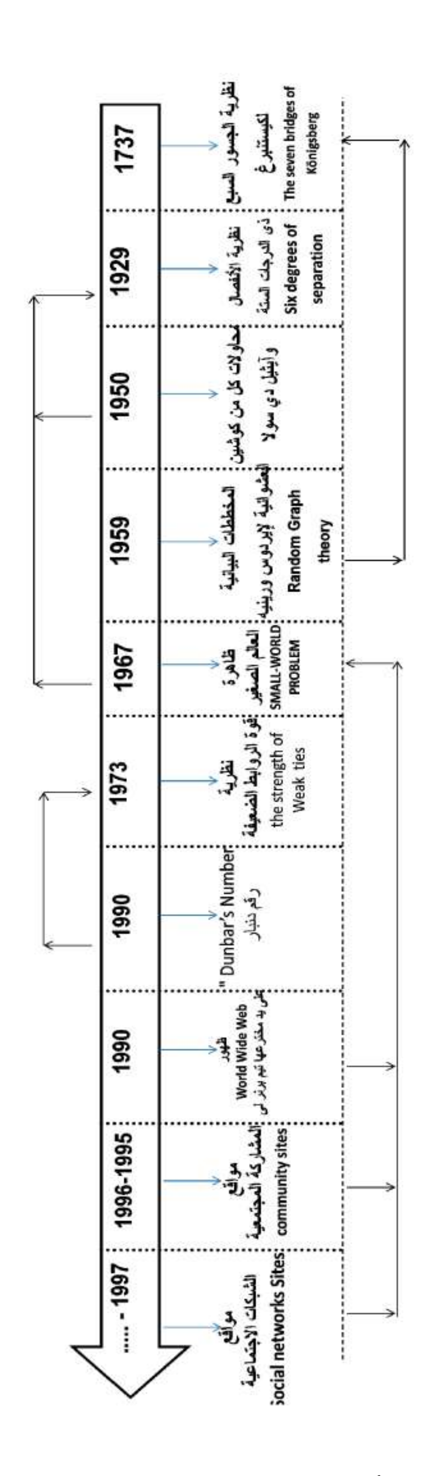
العمليات الاجتماعية التي تؤسسها وسائل الإعلام وتجعلها ممكنة. وارتباطاتها المنضبطة مع علم الاجتماع في المقام الأول ، وليس الأدب، أو الاقتصاد، أو تاريخ التكنولوجيا و الاتصال المرئي .

أصبحت وسائل الإعلام الجديدة ،مثل سابقتها التقليدية من قبل، محتويات عادية من الحياة اليومية، وتشكل جزءا بديهي من بنيتنا الأساسية التي تجعل فهم تأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع والعالم صعباً. يتطلب فهم كيف تشكل وسائل الإعلام الحياة الاجتماعية المعاصرة نظرية اجتماعية. إذا أردنا الكشف عن الترابطات المعقدة للعالم الرقمي، نحتاج استعادة عمل عالم الاجتماع الألماني نوبرت إلياس **Norbert Elias** حول "التشكيل" في تقديره الكلاسيكي لـ"عملية الحضارة"، إذا كان التساؤل حول الأنماط المحلية للنظام، و تركيز الموارد الناشئة في الإنتاج وفي الحياة اليومية على الإنترنت. ثم من المفيد أن نرجوع إلى نظرية بيير بورديو حول "حقول" الإنتاج الثقافي؛ إذا أردنا التساؤل، ببساطة، ما الاختلاف الذي تصنعه الرسائل اللاحصر لها المتداولة عبر الإنترنت للعالم الاجتماعي، نحتاج إلى الاعتماد على تقدير عالم الاجتماع الكلاسيكي إميل دوركايم للاختلافات الجاهزة والترتيب الهيراركي [الهرمي]- "الفئات" في مصطلحه- التي تختصر إليها تصوراتنا للعالم. لفهم وسائل الإعلام في تعقدها المعاصر، لا نحتاج لأي نظرية اجتماعية فحسب، إنما نظرية اجتماعية تتناول بناء، وتمثيل ، و نزاع العالم الاجتماعي.

المدخل إلى نظرية إعلامية موجهة اجتماعياً يهتم أساساً بالفعل. توفر وسائل الإعلام مدخلا لفهم تنظيم الفعل الإنساني. نقطة بدايتنا هي النهاية المفتوحة للممارسة وتضمين الممارسة في علاقات قوى أوسع. هذا المدخل يتشابه كثيراً مع علم اجتماع السلطة النقدي أكثر من تاريخ الاكتشاف التكنولوجي. إلا أن النظرية الإعلامية الموجهة اجتماعيا تتشارك شيئين هامين مع نظرية وسائل الإعلام. الأول، أنها مهتمة بوسيلة الإعلام، ولهذا تهتم بالأليات والبنيات الأساسية المُنَظِمة لتوجيه الاتصال بدلا من "الاتصال" بالمعنى العام. الشيء الآخر المثير للدهشة هو التراكب مع

ريسى ،اوركيوت ، زيرو دجري. هذا ولم تكن فكرة الشبكات الاجتماعية بالفكرة الحديثة، وإنما تضرب بجذورها إلي القرن الثامن عشر.

إلا أن مفهومها اتضح في بدايات القرن العشرين بين علماء الاجتماع. عندما ترسخ مفهوم تلك الشبكات في منتصف ذلك القرن. وقد زادت الأبحاث والتجارب المتعلقة بذلك العلم الجديد الذي أصبح قاسما مشتركًا بين عدة مجالات مثل (الأنثروبولوجيا، الرياضيات، المعلومات، الجغرافيا، الطوبولوجى، الإنترنت). وبظهور شبكة الشبكات أو ما يعرف بالإنترنت ظهرت مئات من المواقع التى استخدمت شكل الشبكات المجتمعية أساسًا في بنائها، ولعل الشكل (1) – من تصميم المؤلف - يوضح التطور التاريخى لظهور الشبكات الاجتماعية منذ كونها فكرة تم تطبيقها على المجتمعات الحقيقية Real world إلى أن تم تطبيقها في المجتمعات الافتراضية أوما يعرف بـ الفضاء الإلكتروني Cyper Space. بداية من نظرية الجسور السبعة لكونيغسبرج والتى ظهرت عام 1737 حتى ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في شكلها الراهن.



شكل رقم (1) مخططًا كرونولوجيًا خاص بالتتابع الزمني لتطور الشبكات الاجتماعية

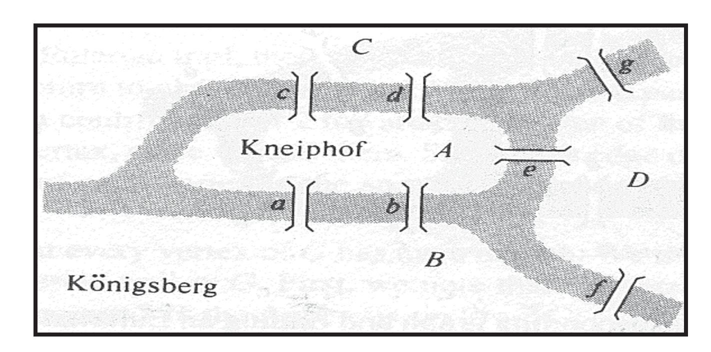
البيانـات، والقـدرة الأرشـيفية، وظهـور أشـكال جديـدة مـن كـلا مـن التـأليف الجماعـي (الويكيبيديا)، والفردي (المدونات، ومدونات الفيديو، ...إلخ)، ومساحة كما وضعها لنا مخـترع الشـبكة العالميـة العنكبوتيـة تـيم بيرنـرز لي **Tim Berners-Lee** كي "نتفاعـل عـلى جميـع المستويات". ويعتقد العديد من المعلقين في المجال الأكاديمي والصـناعي أن قطاعـات الحيـاة العامة والمهنية بأكملها سوف تتحول جذرياً بفضل ثورة المعلومات.

رغم ذلك هناك ثلاثة شروط ضرورية. الأول هو أن نسـبة كبـيرة مـن قـدرة معالجـة معلومات العالم الرقمي في أيادي خاصة عبر الشبكات الداخليـة للشركـات، و أنظمـة الملكيـة. وقال لورانس ليسينج **Lawrence Lessig** أن بنية الإنترنـت المفتوحـة مـن النهايـة- للنهايـة أصبحت شيئاً من الماضي . تسـتمر المخـاوف مـن مـا إذا كـان ممكنـا الحفـاظ عـلى "حياديـة الشبكة"، مزعجة هي المفاضلات بين المواءمة اليومية لاستخدام محرك البحث وبين قدرة شركة جوجل الناتجة عن عمل صفقات جانبية، على سبيل المثال، مـع شركـة التليفونـات الأمريكيـة فيريزون **Verizon** عبر فتح الإنترنت اللاسلكي بعيداً عـن نطـاق لجنـة الاتصـالات الفيدراليـة، وتواجه سيطرة جوجـل عـلى السـوق تحـديات قانونيـة مـن جهـة لجنـة التجـارة الفيدراليـة الأمريكية، و مفوضية التنافسية الأوربية، لذا لا نستطيع معاملـة "فضـاء" الإنترنـت باعتبـاره مجانيا ومتاحا للجميع ببساطة .

الشرط الثاني هو في إطار التوسع اللانهـائي في الاتصـال العـالمي، بـدأت تظهـر أشكال جديدة خفية من عدم الاتصال. حيث برزت قضية الفجوة الرقمية منذ أواخـر التسعينات. في بعض الدول – مثل الولايات المتحدة، والـدنمارك، وكوريـا الجنوبيـة – أصبحت مستويات الدخول إلى شبكة الإنترنـت عاليـة جـدا لدرجـة أن عـالم الإنترنـت يبدو نقطة مرجعية عالمية. لكن حكومة بريطانيا لم تعمل أي افتراض من هذا القبيل. يصبح عدم الاتصال بالإنترنت أكثر حـدة عنـدما ننظـر خـارج الغـرب، حيـث تختلـف نسبة الراتب الشهري السنوي اللازمة لشراء كومبيوتر اختلافاً كبيراً، في أجزاء كثيرة من

تلك الجسور، وتكمن فرضية المسألة في الإجابة على السؤال التالى : هل من الممكن التجول بالمدينـة عابرًا جسورها السبع بحيث يتم العبور على كل جسر مرة واحدة فقط؟

وبعد مجهودات شاقة ومضنية أتضح لأويلر أن تلك المسألة لا حل لها، حيث أشار إلى أنـه ليس من المهم مكان وجود الجسور بـل ترتيبهـا وعلاقتهـا التكامليـة مـع بعـضها الـبعض. لـذا قـام بصياغة المسألة من جديد وذلك بإزالة جميع العناصر عدا الجسور والأرض الواصلة بينها شكل رقـم (3) مما سهل عليه صياغة المسألة بشكل مجرد. وبمصطلح حديث من الممكن ان يطلق على قطعـة الأرض اسم (رأس أو وحـدة Vertix or node) ، وعـلى الجـسر الـذي يـربط قطعتـي الأرض اسـم)ضلع أو رابطة edges or link). حيـث يطلـق عـلى الـشكل الريـاضي النـاتج اسـم مخطـط بيـانى أوGraph.



شكل (3) تتمثل الجسور السبعة (a-g) اما من (A-D) فتمثل المدن الواقعة في مدينة كيستنبرغ

بعد رسم المخطط البياني الذي يعبر عن المـسألة في الـشكل الـسابق ، فقد أشار إلى نتـائج فرضـياته في التـالي : بمجـرد دخولـك إلى إحـدى الـرؤوس Vertics يجب الخروج منه من طريق ضـلع آخـر مختلـف (جـسر). أى أنـه عدد مرات دخول (زيارة) كـل رأس يـساوى عـدد مـرات الخـروج (مغـادرة)

تشكل الحركة العمالية العابرة للحدود، والتي تقودها أنماط عالمية من التفاوتات، تشكل كلا من الموارد والاحتياجات لمثل هذا التنسيق الاجتماعي. ثانياً، هناك اختلاف كبير بين الإمكانات الأساسية لاستخدام التكنولوجيا، وكيف يتم استخدامها بالممارسة. كما يصيغها ريجيس ديربي **Regis Debray** "الاستخدام أكثر قِدَماً من الأداة... إذا كانت الوسيلة (جديدة)، فإن بيئة [استخدامها] (قديمة) حسب التعريف". بالفعل يبرز تاريخ الآثار الاجتماعية طويلة الأجل للكتب كيف تضافرت عناصر عديدة لتنتج بمرور الوقت معيار عادة القراءة في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين في أوربا : سياقات القراءة، وروابطها المؤسسية، والاتفاقيات الثقافية الجديدة، و وقت الفراغ المتزايد لدى طبقة البروجوازية المتنامية ، وحتى تزايد عدد البيوت المتاح فيها مصدر إضاءة بعد الغروب. كانت القدرة على إنتاج محتوى وليس فقط البرمجيات (أو بكلمات أخرى البنية الأساسية) هي محفز سرعة "ثورة الإنترنت" لكي يجري نشرها وتوزيعها عبر نفس الوسيلة. كان الكتاب قفزة كبيرة إلى الأمام في نشر الابتكار، لأنه يسر نقل الرسوم البيانية، والأوصاف التقنية الأخرى. لكن اليوم تستطيع بنية البرمجيات الأساسية والتي تعتمد عليها ابتكارات اتصال مهمة الانتشار عالميا بدون انتقال أي شخص أو شيء فيزيقيا! فكر في نظام الكتابة المفتوح الخاصة بمواقع إنديميديا[2] ، والمُختَرَع في استراليا لكن أول استخدام له كان في سياتل [في كندا] على هامش الإضرابات المناهضة لاجتماع منظمة التجارة العالمية عام 1999، أو قالب موقع اوشيدي **Ushahidi**[3] المتاح لتغطية الكوارث عبر أفريقيا.

خلاصة القول: رغم إثارته، يميز الغموض الكثيف العالم غير الخطي لتحول وسائل الإعلام المعاصرة، وتحل التوقعات القائمة على ما يسمى "الجيل الرقمي" محل ضجيج تسويق التحليلات الجادة، وتخاطر بالخطأ الأساسي لسلوكيات مرحلة الحياة المرتبكة مع التغير التاريخي الحقيقي. وبالمثل، بينما نعيش بلاشك في عصر تتقارب

---

[2] http://www.indymedia.org

[3] http://www.ushahidi.com

فيه المخرجات الإعلامية على المنصات الشائعة، فإن المزاعم بأننا نعيش شيء متفرد مثل "ثقافة متقاربة" يجب معاملتها بتشكك. يرى كلاي شيركي **Clay Shirky** مؤخراً إن "كلما كبرت الفرصة التي تقدمها الأدوات الجديدة، كلما قلت استطاعة أي شخص على استقراء المستقبل من الشكل السابق للمجتمع". وهو بالضبط التفاعل الواسع بين وسائل الإعلام وتوزيع السلطة الاجتماعية وهو الأكثر غموضاً ، وكما قالها بروست **Proust** صحيحة عندما علق على زيف الحكم "ما أُحتفظ به سراً ... في ضوء ما تم كشفه".

وبشكل أكثر تحديداً، يجب على أي نظرية إعلامية اليوم التصدي لستة أنواع من الشكوك والتي عند ربطها بعمليات أوسع للتمايز والفعل المنعكس ضمن الحداثة المتأخرة يمكن فهمها بشكل أفضل وفقاً لديناميات محددة من مؤسسات الإعلام وتكنولوجياته.

ماذا، ومن ، وأين وسائل الإعلام؟

وسائل الإعلام الرقمية المعاصرة بطرق حاسمة "في إطار محدد". منذ عقد ونصف مضى، كانت العناصر الرئيسية للبحث الإعلامي هي (النصوص، والاقتصاد السياسي للإنتاج، ودراسات الجمهور). بينما طرحت الثورات الصغيرة في دراسات الجمهور أسئلة جديدة – كيف تعمل النصوص بالضبط مع الجمهور، وما الذي يفعله الجمهور بالنصوص؟- ظهرت تلك الأسئلة باستمرار. لم تغير الابتكارات التكنولوجية (تصوير الفيديو المنزلي، تضاعف القنوات التليفزيونية عبر الأقمار الصناعية والكابل) موضوع الدراسة تغييراً جذرياً، بالرغم من توقع النقيض، بدا الجمهور – اهتمامي الشخصي الخاص- في وضع آمن إلى حد كبير داخل المشهد الوطني لعروض وسائل الإعلام، وبدأنا نفهم دور وسائل الإعلام في الأمم المستمرة في بدايات الثمانينات.

صاحب المصنع وفي الوقت نفسه تجمع بين فورد وبين مدير مؤسسة هيرست للنشر صداقة حميمة، كما تَعَرف مدير مؤسسة هيرست في السنوات الأخيره على Arpad Pasztor الذي يعتبر صديق شخصى مقرب من كارينزى لذا فيمكن لكارينزى أن يخبر صديقه Arpad Pasztor بأرسال برقية لمدير مؤسسة هيرست يطلب منه أن يتحدث مع فورد حول إمكانية أخبار رئيس الورشة بِحَث العامل على سرعه الانتهاء من تصليح سيارة كارينزى".

وقد عرفت تلك الفكرة فيما بعد بـ " نظرية الانفصال ذى الست درجات ". وعلى رغم من قدم تاريخ تلك الفكرة إلا انها كانت نظرية غير علمية لم ترق إلى التجريب في ذلك الوقت.

3/1/1 محاولات كل من كوشين Kochen وآيثيل دي سولا Ithiel de Sola :

وبعد مرور ثلاثة عقود وتحديداً في عام 1950م حاول كل من آيثيل دي سولا المشتغل بمعهد ماساشوستس للتقنية (MIT) ومانفريد كوشين من شركة آي بي إم (IBM) إثبات فكرة الانفصال ذى الدرجات الست من خلال فرض عدد من الأسئلة التى شكلت محور اهتمامهم وهى[6]:

أ- كيف تتم عملية التواصل البشرى ؟

- ما متوسط عدد المعارف الشخصية التى تحكم عملية التواصل بين الأفراد ؟

- ما متوسط عدد المعارف الشخصية التى تحكم عملية التواصل بين المجتمعات؟

ب- كم عدد الروابط التى تجعل شخصين متباعدين فكريًا وجغرافيًا على صلة ببعضهما البعض ؟

والاقتصادية، والاجتماعية ، والسياسية، كانت المنتجات في عصر ما قبل "وسائل الإعلام" الرقمية تبث عبر عدد محدود من نقاط الإنتاج/التوزيع وتُستقبَل من أعضاء الجماهير الغفيرة المنفصلين عن بعضهم البعض، لكن هذا لم يكن بسبب ضرورة تكنولوجية، مثل التاريخ المبكر لعروض الراديو: في الولايات المتحدة الأمريكية : جرى تطوير إمكانية الراديو باعتباره وسيلة من شخص – إلى شخص أو من عديدين إلى عديدين بصورة فعالة قبل وبعد نهاية الحرب العالمية الأولى. بينما جرى في فرنسا وبريطانيا استكشاف إمكانية تشغيل الراديو من خلال نموذج "مجتمع" غير مركزي و شامل. وتعكس مثل هذه النماذج غير الجماهيرية التي سقطت بعيداً – لدرجة أنه يُكتب عنها كثيراً باعتبارها من تاريخ وسائل الإعلام - الجهد الذي ذهب لتطوير الفرص التجارية والسياسية لنموذج راديو من فرد – إلى عديدين : كان مطلوباً رأس مال كبير للإنتاج/ التوزيع الإعلامي على المستوى الوطني، و وسائل الإعلام كثيفة رأس المال الناتجة تناسبت بشكل جيد مع المركزية المتزايدة لمؤسسات الدولة الحديثة .

الآن أنواع مختلفة من التحولات في طريقها، مرة أخرى ليس بسبب إمكانية تكنولوجية بسيطة. نألف فكرة التليفزيون المنزلي الثابت، لكن اليوم حتى في الدول التي تتمتع بمعدات جيدة مثل بريطانيا، 74% من السكان لديهم اتصال عريض النطاق، و50% ممن في سن 16-24 عاما لديهم هواتف خلوية مزودة بخاصية تصفح الإنترنت، حيث أصبح الاستخدام الأساسي للإنترنت روتيناً يومياً في عدة دول، وظهر ممثلو وسائل الإعلام الجديدة، منتجو فيديوهات الجهاديين على شبكة الإنترنت، أو بالطبع أي مقطع فيديو منتج شخصيا و مُحمَل على اليوتيوب؛ وتغريدات المشاهير من هواتفهم الخلوية، والمتظاهرون بكاميرات هواتفهم الخلوية في الزحام. كل هذا ليس تغيرا في سؤال"ماذا؟" فحسب، بل في سؤال" مَن؟" أيضاً . تعقيداً أسماه جون ثومبسون **John Thompson** كسر أساسي بين منتج ومستهلك الإعلام الجماهيري". اليوم، تمنح الإنترنت للأشخاص القدرة على الوصول لجماهير كثيرة وهو ما يستعيد ذكريات استخدام الأفراد للتليفون اللاسلكي للغناء ولعب الموسيقى

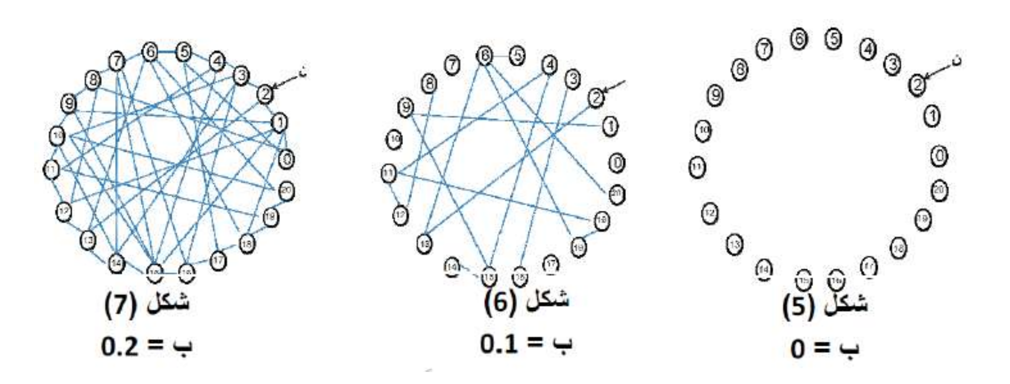
"للعالم". رغم أن في تلك الأيام كان كلا من المدى وقيود البنية الأساسية مختلفة تماماً. يستثمر منتجو/ موزعو الإعلام المتخصصون ليس في محتواهم فحسب، بل في تحفيز، وإدارة المحتوى الذي ينتجه المستخدمون. بينما لدى مستهلكوا وسائل الإعلام أو الجمهور فرصا لا نهائية للمشاركة ، أو للتعليق على إنتاج الإعلام المؤسسي، ورغم إن من يستمتع بهذه الفرص تماماً يظل متشككاً، فإن البعض يحتفل بالمجتمعات التفاعلية حول مواقع الصحف على شبكة الإنترنت ، بينما آخرون أكثر تشككاً. البعض يدرك حتى أكثر التحولات أساسية : تحول الويب من "وسيلة للنشر" إلى "وسيلة اتصالية"، و تحول الفيديو من "وسيلة نشر ثقافي" مركزية إلى "امتداد للشبكات بين الأشخاص". هل يمكننا رؤية تجزئة المخرجات الإعلامية، واضمحلال "وسائل الإعلام الجماهيرية"؟ أم أن هذا يقلل اهتمام شركات الإعلام الجديد المعاصرة مثل جوجل، في استمرار بيئة إعلامية جيدة سوف يزحف عبرها محرك بحثها؟

اليوم لاعبو الإعلام التجاري الرئيسيون ليسوا صانعو برامج، أو وكالات الأخبار، أو شركات أفلام، لكنهم جوجل **Google** (بما في ذلك يوتيوب **YouTube** التي تمتلكها)، وفيسبوك **Facebook** ، وأبل **Apple**. جميعهم يصنعون ويبيعون الأجهزة، والمنصات، ومحركات البحث التي تعتمد عليها واجهات وسائل الإعلام : إنهم هؤلاء اللاعبون الذين يربطون العديد من تيارات استخدام وسائل الإعلام إلى العملية ككل. كما يذكر تارلتون جيلبسي **Tarleton Gillespie** مصطلح "المنصات" مستخدم بكثرة في دائرة الصناعة لالتقاط قدرة الربط هذه : لذلك السعي لمنصات جديدة مستمر، كتبتُ في صيف عام 2001، أنتظر لأرى ما إذا كان استحواذ مايكروسوفت **Microsoft** على سكايب **Skype** مقابل 8,5 مليار دولار سوف يمكنها من الانضمام إلى زمرة لاعبي وسائل الإعلام المسيطرين. هذا التحول يعمل على مستويين؛ الأول، هو مستوى ما يُنقل عبر المنصات والتغيرات الناتجة في أين تحديداً تُستهلَك أنواع محتوى : (الفيديو حسب الطلب) الذي يخططه منتجو أفلام رئيسيون (وارنر بروز **Warner Bros**، توتنتس سينشيري فوكس **Twentieth-Century**

وتنقسم الشبكات المعقدة إلى عدة نماذج Models ، ولكن ما يستخدم في مجال الشبكات وعلوم الاتصالات هو:

- نموذج إيردوس ورينية The Erdos-Renyi Model :

حيث تم التوصل إلى رسم بيانى عشوائى من خلال أخذ عدة وحدات nodes (ن) وإيصالها ببعضها البعض عبر إحتمالية معرفة كل وحدة للأُخرى (ب) وكما هو واضح من الأشكال (5) ،(6) ، (7) فإن المخطط العشوائى الناتج من تلك العملية يسمى (ج) أى ان (ج) = (ن ، ب).



شكل (7) ب = 0.2 | شكل (6) ب = 0.1 | شكل (5) ب = 0

ويطلق على نموذج إيردوس ورينية أحياناً الشبكات عديمة المعيارية scale-free networks أى تلك الشبكات التى لاتخضع لمعيار معين في بنائها أو وصلاتها، وتخضع درجة الروابط (عدد الوصلات المرتبطة بكل وحدة) لقانون التوزيع Power law، أى أن غالبية الوحدات لها درجات صغيرة في حين أن عددًا قليلاً من تلك الوحدات لها درجات كبيرة من الروابط وتسمى Hubs (المجمع). ويمثل الشكل رقم (7) النموذج الهيكلى للشبكات عديمة المعيار على نطاق واسع ومن أمثلة تلك الشبكات(شبكات الويب، شبكات التفاعل الغذائى، شبكات معارف الأصدقاء المتضمنة داخل البريد الإلكتروني، مواقع الشبكات الاجتماعية)[9].

هذا وقد ارتكزت شبكة الإنترنت ومواقع الويب في تصميمها على الشبكات عديمة المعيارية لصمودها أمام ما يعرف بالإلغاء العشوائى للوحدات حيث يُمكن لشبكة الإنترنت بقاء اتصالها رغم إلغاء الكثير من الوحدات(مثال: تعمل شبكة الإنترنت بشكل دائم رغم تعطل الخوادم، المزودات والوصلات) كما أن المُجمعات Hubs التى تأخذ درجات كبيرة من الروابط تشكل خطرًا حينما يتم اختراقها (فقد يؤدى توقف موقع جوجل Google كمستضيف للمواقع إلى عزل ملايين المواقع). وأخيرًا فقد تتميز الشبكات عديمة المعيارية بصغر المسافة الناشئة بين وحداتها مما يجعل عملية التنقل بين المواقع تتسم بسرعات فائقة، حيث يمكن الوصول إلى أى صفحة من صفحات الويب بالنقر على عدد محدود من الروابط مروراً بما يسمى المجامع[10].

5/1/1 ظاهرة العالم الصغير (SMALL-WORLD PROBLEM)

" هل يتصف العالم بصغره حقا ؟!! " بداية وقبل الخوض في عرض الظاهرة بشيئ من التفنيد، فإن ذلك الجدل المتعلق بذلك السؤال قد تلاشى بظهور سلسلة من المحاولات المتمثلة في الدراسات المفصلة من قبل باحثين مثل ستانلى مايلجرام Stanley Milgram، واتس Watts حيث جاءت نتائج أبحاثهم لتشير بأن مصطلح" صغير Small " هنا يستعمل بديلاً عن مصطلح " قريب Close، فالعالم مهما زاد عدد أفراده عن البلايين فإن هناك درجة من القرب بين الأفراد بغض النظر عن الحواجز الجغرافية التى تحول بين الوحدات المكونة لشبكة العلاقات الاجتماعية الكونية. ولعل المفارقة بين ذلك الإقترابDisjuncture الذي ولد من تلقاء نفسه وبين الإدراك في كيفية تكوين تلك المشابكة المتواصلة مايجعلنا في دهشة مستمرة بأن العالم يتسم بصغره وليس الصغر هنا فيزيقى فحسب، وإنما في محدودية الروابط التى

تجمع أفراد العالم في مشابكته الطبيعية. ولكن ما الذي يجعلنا ندرك بمحدودية العالم كمكان ما عن غيره؟ وللإجابة عن ذلك السؤال **تتمثل في أربعة نقاط:**

أ- النمو المفرط للوحدات المكونة للشبكات الاجتماعية نتيجة للزيادة الهائلة والمستمرة لسكان العالم.

ب- التزايد الكمي في الشبكات الاجتماعية بين سكان العالم نتيجة للتواصل المستمر بينهم.

ج- عدم مركزية العلاقات الشبكية بين فئات بعينها ؛ فهناك علاقات مباشرة أو غير مباشرة تربطنا بغيرنا باستمرار.

د- انقسام الشبكات الاجتماعية إلى قطاعات واسعة، مما يعنى أن دائرة العلاقات يحكمها تداخل قوى.

ولعل إجابة هذا الاستفسار قد نجمت عنه المعايير الأساسية اللازمة لإثبات حقيقة مفادها أننا بالرغم من اتساع العالم والزيادة المطردة للسكان ؛ إلا أنه تربطنا شبكة من العلاقات تجعل تواصلنا يتم وفق آلية متشابكة عبر سلسلة صغيرة من الروابط. وبعد مضى أربعة عقود من ظهور عمل كارينزى وتحديدًا في عام 1967 ابتكر عالم الاجتماع الأمريكى ستانلي ميلجرام *طريقة لاختبار هذه النظرية وإعادة صياغتها وتجريبها للتأكد من صحتها. ولم يكن هدف ميلجرام معرفة الكيفية التى يتم بها التشابك بين أفراد المجتمع الواحد ؛ وإنما كان مسعاه معرفة عدد الوسطاءLinks في سلسلة العلاقات المتشابكة، وللإجابة على هذا السؤال ابتكر ستانلى طريقته المعروفة " بظاهرة العالم الصغير The Small World Problem " والتى تتبلور في تسليم عدد من الأشخاص- لا تربطهم صداقة مباشرة بينهم – رسالة إلى أحد

* يعد ساتلى ميلجرام واحدا من علماء النفس الاجتماعي الذي يرجع إليه الفضل في تنظير الموضوعات المتعلقة بالبناء الاجتماعي في القرن العشرين والتى كانت مثار جدل آنذاك.

الأشخاص المحددين سلفًا والذي يعمل في مجال أسهم البورصة في بوسطن حيث بدأ ميلجرام بتحديد 297 شخص تم اختيارهم بطريقة عشوائية من السكان المقيمين في أومَها بنبراسكا Omaha Nebrask، ويشيتا بكنساسWichita، حيث إحتوت الرسالة على ملخص صغير بأهداف الدراسة واسم المرسل له وعنوانه، وصورة شخصية له، وبعض المعلومات المتعلقه بالشخص، فأرسل كلٌّ منهم الرسالة (الطرد) إلى وسيط اعُتقد أنه يعرف أكثر منه كيفية الوصول إلى ذلك الشخص، وأنه يستطيع بعدئذ إرسال الرسالة (الطرد) إلى وسيط آخر[11] متبعين مجموعة من التعليمات يجب أن يلتزم بها كل فرد من أفراد العينة وهى [12] :

أولاً : ضع اسمك في الجدول أسفل الرسالة (حيث يتثنى للشخص الذي تلقى الرسالة أن يعرف الشخص الذي أرسل له الرساله).

ثانياً : حرر بطاقة بريديه وأرفقها بالرسالة حيث تمثل البطاقات البريدية عنصر مهم عند تحليل الرسائل ومعرفة من هم الوسطاء النشطاء التى ارتكزت عليهم المصفوفة في بنية الترابط الاجتماعي.

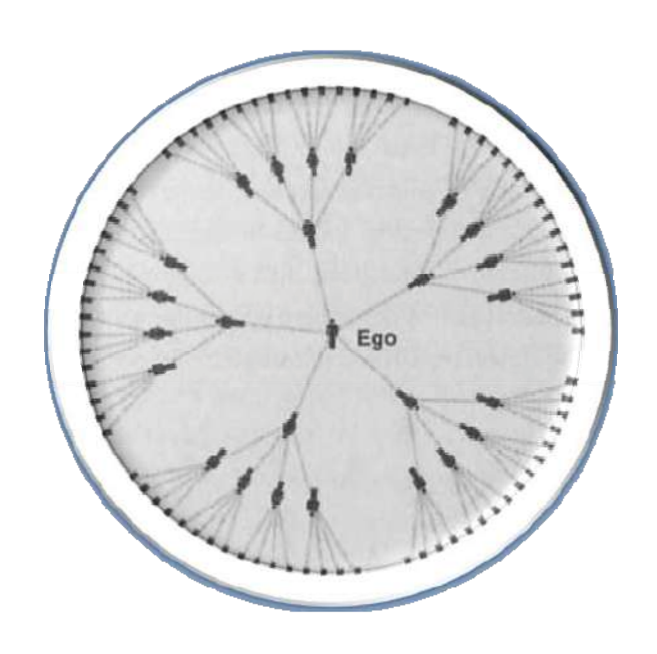
ثالثا : في حالة معرفتك بالشخص المستهدف معرفة شخصية قم بإرسال الرسالة له / لها مباشرة.

رابعاً : في حالة عدم معرفتك بالشخص المستهدف لا تحاول أن ترسل له الرسالة مباشرة معتمداً على المعلومات المتوفرة لديك عن الشخص ولكن عوضاً عن ذلك قم بإرسال الرسالة للشخص الذي تعتقد إنه على صله بالشخص المستهدف.

وأثناء تحليل ستانلى ميلجرام لرسائل عينته توقع إنه إذا زاد عدد الوسطاء إلى مئات الأفراد فإن تجربته سوف تفشل. إلا ان نتائج التجربة

جاءت عكس توقعاته لتشمل ستة وسطاء، وقد نشرت النتائج التي توصل إليها مليجرام مـن خـلال دراسـاته في مجلـة "علـم الـنفس Psychology Today" ، حيـث صـكت نظريـة جديـدة في علـم الاجتماع تعرف بنظرية " الانفصال ذى الدرجات الست the six degree separation " .

ولعل تجربة ميلجرام أيقظت العالم إلى حقيقة مفادها أننا لا نتـصل ببعـضنا الـبعض عـبر مجموعة من الوصـلات Links أو المعـارف acquaintances فقـط ، ولكننـا نعـيش في عـالم يتـسم بالصغر ولعل صـغر العـالم لا يعنـى الـشكل الفيزيقـى لـه ولكـن معنـاه أن الأفـراد في العـالم ككـل يرتبطون بـ (مسارات، روابط، وصلات) صغيرة ومعقدة تربطهم مـع بعـضهم الـبعض عـبر مخطـط بيانى داخل المحيط البيئى. وكما هو واضح من الشكل (8) الذي أشار إليه واتس في كتابه بأن الأفراد الغرباء في المجتمعات المختلفة يفصلهم عن بعضهم البعض أشخاص مشتركين إما مـن ناحيـة الفئـة العمرية، أو طبيعة التخصص، أو الأجناس العرقية، أو الاهتمامات المتشابهة ... إلخ.



شكل (8) نموذج إيجو لدرجات الانفصال الستة في دراسة واتس للاتصال الاجتماعي

فإذا تخيلنا أن هناك شخص يدعى (ن) لديه (100) مائة صديق، وأن كل صديق منهم لديه أيضًا مائة (100) صديق إذا فبإستطاعه (ن) أن يتصل بمائة صديق في الدرجة الأولى من الانفصال، وفي الدرجة الثانية من الانفصال يستطيع (ن) أن يتصل بألف شخص، وفي الدرجة الثالثة سوف يقفز (ن) إلى ما يقرب من مليون شخص، وفي الدرجة الرابعة ما يقرب من مائة مليون شخص، وفي الدرجة الخامسة 9 بلايين من الأشخاص[13].

6/1/1 نظرية قوة الروابط الضعيفة The Strength of Weak Ties

عُرفت هذه النظرية في أدبيات علم الانثربولوجيا وعلم الاجتماع بنظرية قوة الروابط الضعيفة The Strength of Weak Ties Theory وقد شرحها عالم الاجتماع الأمريكى مارك جرانوفيتر Mark Granoveter

في عمله الموسوم بـ " The Strength of the Weak Ties " في عام 1973 على نحو واسع ومشهور. حيث عرَّف " الروابط الضعيفة Weak Ties " بأنها علاقات اجتماعية تتسم بندرة الوصلات بين الكيانات وغياب الشعور الحميمى بينهم. كما أشار في عمله سالف الذكر أن " الروابط الضعيفة " تلعب دورًا حاسما في العلاقات الاجتماعية حيث تمكن المرء من الوصول إلى أشخاص لايمكن الوصول إليهم عبر الروابط القوية. كما أشار مارك أيضًا أن الروابط الضعيفة تظهر بكثرة خلافًا لما نظن ؛ فمعظم الباحثين عن فرص عمل أو التنقل من وظيفة إلى أُخرى لا يطرقون باب أفراد عائلاتهم أو أولئك المقربين من أصدقائهم ما لم يكونوا على دراية كاملة بتدخل ما يعرف "بالوساطة" أو نظام المحسوبيات التى تمنح للمعارف أو الأقارب بغض النظر عن مؤهلاتهم العلمية والعملية التى يتطلبها سوق العمل ؛ وإنما يسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية بالبحث عن أشخاص لاتربطهم علاقات قوية بهم. وهذا ما يسمى "بشبكات الأفراد الموسعة Extended network ".[14] كما أظهرت نتائج الأبحاث أن نشر الأفكار والإبتكارات تزداد عبر تلك الروابط. هذا وقد يرى" برنرد ويجنر Bernd Wegener " أن من يحتلون مناصب عليا هم الأكثر استفاده من الروابط الضعيفة مقارنة بذوى المناصب الدنيا. ومع نشوء برمجيات التشبيك الاجتماعي أو ما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أضحى من اليسير على الفرد إقامه علاقات جديدة بمجرد النقر على روابط الأشخاص ذوى العلاقات الضعيفة ايضاً. وقد وافق باسير Bessiere ما أشار إليه برنرد ويجنر فقد وجد باسير وآخرون في بحثهم " Effects of Internet use and social resources on changes in depression" أن العلاقات الجديدة التى تظهر بين الأفراد

في الواقع الافتراضي Cyber Space انما تنشأ من خلال الروابط الضعيفة بين الأشخاص وبعضهم البعض حيث يستخدم الأفراد تلك الروابط في إقامة علاقات جديدة مع أشخاص يتعرفون عليهم لأول مرة ويقضون معهم فترات طويلة على المواقع الاجتماعية مثل الفيسبوك facebook، وماى سبيس myspace ، وتويتر twitter.

7/1/1 رقم دنبار Dunbar's Number :

ذهب عالم الأنثروبولوجيا البريطانى الشهير روبين دنبار Roben Dunbar في دراسته الأكاديمية المتعلقة بتطور الأجناس الرئيسية للثدييات " الرئيسيات " والموسوم بـ " The Co-evolution of neocortical size، Group size and language in humans " والمنشور في عام 2003 أنه يستحيل على الأشخاص إبقاء علاقاتهم الاجتماعية في حالة إستقرار ضمن أكثر من 150 شخصاً في الجماعة الاجتماعية. فالعشائر الاجتماعية أو ما يعرف بالروابط المتماسكة للتوافق الاجتماعي تنحل وتتفكك في الجماعات التى يزيد عدد أعضائها عن 150 عضو، حيث مثل رقم (150) الحجم النمطى للعشائر البشرية والشبكات الحميمية على المستوى العام. وقد عرف ذلك الرقم بعد ذلك باسم " رقم دنبار Dunbar's Number " نسبة إلى ذلك العالم [15].

فإذا طبقنا رقم دنبار على قوائم الأصدقاء المتضمنة في الشبكات الاجتماعية ، فإن أية " قائمة أصدقاء Friends List" تزيد على 150 صديق. فمن الطبيعى الاحتفاظ بشبكة مهنية يزيد عدد أفرادها على 150 في شبكة مثل لينكدإن ، ولكن يبدو أن من المستحيل على أى شخص أن يحتفظ بعلاقات اجتماعية مع أكثر من 150 شخصًا. ومع ذلك فإن كثيراً من لوائح بيانات

الأشخاص على شبكة الفيسبوك توجد عليها قوائم من "الأصدقاء" يزيد عدد أعضائها كثيراً على هـذا الرقم. ليس هذا فحسب، بل ربما يصل العدد إلى ضعف أو ثلاثة أو أربعة أضعاف هذا العدد حيث تصل إلى الآلاف. وهذا يؤدى للسؤال التـالي: هـل الـشبكات الاجتماعيـة المرتكـزة عـلى المجتمعـات الافتراضية معفية من القوانين الأساسية التى تحكم علم الأنثروبولوجيا الاجتماعية ؟! [16].

مصادر الفصل الاول

1- http://www.webopedia.com/TERM/S/social_network.html .- 2-2-2012

2- Newman، M.E J (2005). The Structure and Function of Complex networks .- [Santa Fe]: Santa Fe Institute. P2.

3- Barnhill (2004)، Bill. The Social Web: Creating an Open Social Network with XDI.Vol7.p2

4- jörneborn، Lennart (2004).- Small-World Link Structures across an Academic Web Space: A Library and Information Science Approach. PhD. Copenhagen: Department of Information Studies، Royal School of Library and Information Science.P33-34.

5- Albert-Lάslό Barabάsi (2002). Linked : The New Science of Networks. Cambridge : Perseus Publishing، P 26.

6- Pool، Ithiel de Sola ، Kochen، Manfred (1978). Contacts and Influence.-Social Networks. Netherlands : Elsevier، P6.

7- Carol M Bast ، Cynthia A. (2009) Brown Guilty by Association: "Small World" Implications for Business Strategies in Post 9/11 America. P3.

8- Hunang، Yongjian (2009). Supporting Meaningful Social Networks scholarship. Southampton: Yongjian Hunang.P20 . (PhD. Dissertation)

9- Albert-Lάslό Barabάsi. (2002) Linked : The New Science of Networks. Cambridge : Perseus Publishing. P 84.

10- Ibid. P85

11- Travers، Jeffrey، Milgram، Stanley.(1969) An Experimental Study of the Small World Problem.- Sociometry، Vol32 ، No4. P428-429.

12- Albert-Lάslό Barabάsi. Ibid p28

13-Watts، Duncan J.Watts(2003).- Six Degrees : The Science of a Connected Age.- Newyork: w.w. Norton & Company، p38.

14- Granovetter، Mark S.(1973) The Strength of Weak ties .- American Journal of Sociology ، Vol78 ،Issue 6 pp 1373-1374

15- Dunbar، R. I. M. (1993). Coevolution of neocortical size، group size and language in humans. *Behavioral and Brain Sciences* 16 (4) ،pp8-9.

16- Watts، Duncan J.Watts .Ibid .p38

الفصل الثانى

الشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية : نشأتها وتطورها

0/2 تمهيد

يهتم هذا الفصل بالتعرف على مواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الشبكة العنكبوتية والمعروفة باسم Online Social Networks Sites (OSNS) من حيث تعريفها، فكرتها، ونشأتها ؛ وذلك من خلال تقسيمها إلى أجيال يعكس كل جيل بدوره التطور الملحوظ لها مبرزًا الشبكات الرائدة التى ساهمت في تطور تقنيات تلك الشبكات مع الإشارة إلى بعض المحاولات العربية.

1/2 تطور تقنيات التواصل بين الأفراد

مر القرنين العشرين والحادى والعشرين بسلسلة متعاقبة من التقنيات التشابكية التى تطورت من فترة إلى أُخرى بهدف الربط بين الأشخاص والمنظمات، كما أن لتلك التقنيات مثل : التليفون، الفاكس، الإنترنت، البريد الإلكتروني، الشبكات اللاسلكية، الرسائل الفورية، وأجيال الويب المختلفة

دورها الفعال في تسريع عملية التواصل والتشابك والتشارك المجتمعى، ومن ناحية أُخرى فإن لتلك التقنيات التشابكية ثراءُ فكرى ومادى ملحوظ. فمع كل تقنية جديدة تظهر قدرات فائقة مصاحبة لها تتمثل في الكم الهائل من المعلومات التى يتم مشاركتها بين الأشخاص بأشكال مختلفة تتمثل في الملفات نصية Text، ملفات الفيديو Videos Files، ملفات الصوت Sound Files، الصور photos ... إلخ وعبر قنوات مختلفة وبسرعات هائلة.

التقنيـــــــــــة	الفتـــــــرة
التليفـــــــون	عقد الثلاثينيات (1930)
الفاكـــــــس	عقد السبعينيات (1970)
الإنترنـــــــت	عقد الثمانينات(1980)
البريد الإلكتروني	عقد الثمانينات (1980)
الشبكات اللاسلكية (wireless)	عقد التسعينيات (1990)
الرسائل الفوريةInstant message	عقد التسعينيات (1990)
Web1 الجيـل الاول من الويب	عقد التسعينيات (1990)
Web2 الجيل الثانى من الويب	في بداية الالفية من القرن الحالى 2000
Semantic web (Web3) الجيـل الثالـث مـن الويب (الويب الدلالى)	القرن الحادى والعشرين (2009)

جدول رقم (1) يوضح التطور الزمني للتقنيات التى أحدثت انقلاباً في تقنيات التواصل الرقمى

هذا وقد أضحى هذا العصر مسرحًا لتحولات وانقلابات بلغت من الشدة حدًا جعل العلماء يؤكدون على حقيقة هامة وهى أن العالم كله يشهد ثورة صناعية جديدة تعرف بثورة تكنولوجيات المعلومات والاتصال والذي يُعرف في العديد من الثقافات بالإعلام الجديد New Media أو الإعلام الاجتماعي Social Media والتى رافقت ظهور شبكة الويب World Wide Web) WWW) بوجه عام والتقنيات المستحدثة في بيئة الويب بشكل خاص. هذا وقد أثرت تلك التحولات التكنولوجية في وقت قصير على مجتمعات العالم ككل استخداما وإفادة. هذا وتعتبر الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت إحدى نتائج تلك التحولات التى جذبت ملايين من البشر إلى الحد الذي جعل اندماجهم في تلك الشبكات واستخدامهم لها بشكل يومى أمرًا طبيعيًا. ولعل استخدام الملايين من البشر لتلك التقنية هو الدافع وراء ظهور المئات من تلك الشبكات التى تعمل بآليات تقنية تتسم بإتاحتها وسهولة استخدامها حيث لا يتطلب من المرء سوى أن يكون على دراية بأساسيات التصفح على تلك الشبكات[1].

فإذا كانت التكنولوجيا بتطورها الجامح هى الداعمة بشكل أساسى لاحتياجات الأشخاص. فإن الشبكات الاجتماعية هى التقنية التى تُظهر سلوكيات وعلاقات الأفراد، عبر تحالفات يندمج ويتشارك فيها الأشخاص كجزء من حياتهم اليومية[2].

وربما كان اجتياح تلك الشبكات المرتكزة على بيئة الويب 2.0 وانخراطها في الحياة اليومية والنجاح الذي بلغته ؛ هو السبب وراء فتح المجال أمام مختلف الهيئات العلمية إلى استخدام هذه الشبكات في الأغراض التى تخدم بيئة الاتصال العلمى. فعلى سبيل المثال فقد مَنحت المعاهد الوطنية

للصحة في الولايات المتحدة المسماه بـ National Institutes of Health جامعة كورنيل Cornell University 12.2$ مليون دولار لتطوير شبكة فيفو VIVOwebلتوظيفها كمستودع اجتماعي للعلماء المنتمين لها بحيث يستطيع كل باحث الولوج إلى تلك الشبكة والاشتراك فيها وإتاحة إنتاجه الفكرى مجاناً بين أقرانه من العلماء والباحثين. كذلك حضور المؤتمرات والندوات التى تقام عن بعد مما يوطد من عملية الاتصال الرسمى وغير الرسمى بين الباحثين والعلماء وطالبى العلم[3] .

هذا فعلى الرغم من أن الخصائص التقنية (لغات تطوير وبرمجة المواقع) التى تعتمد عليها تلك الشبكات في بنائها متشابهة - إلا أن المسارات الثقافية ذات الطابع التقنى (التطبيقات APIs) المرتبطة بجذب الأفراد لتلك الشبكات متنوعة. فهناك الكثير من المواقع العامة تحولت إلى شبكات للتواصل الاجتماعي لتتلائم مع ما فرضه التطور التكنولوجى والتواصلى الجديد، كما أن هناك مواقع تساعد الغرباء على الاتصال ببعضهم معتمدة على الاهتمامات المشتركة، الأنشطة، الميول السياسية ...إلخ، وهناك شبكات تجذب الأشخاص الناطقين بلغة مشتركة، ومتشابهى الديانة والجنسية. كما تتنوع الشبكات في هيكلة بنيتها التقنية فهناك شبكات تمزج الوسائل التقنيات المستحدثة مثل دمج خدمات الموبايل مع الشبكة، المدونات، مشاركة ملفات الصور والفيديو[4].

ولعل المفارقة في أن الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت من حيث كونها ظاهرة حديثة تعكس مجتمعات شبكية افتراضية ليست بالظاهرة الحديثة ؛ حيث تصور كثيرون إنها ظهرت وكشفت عن خدماتها عام 1997 بظهور شبكة Sixdegree.com الشهيرة التى أُعتبرت الأب الروحى لتطور ونمو الشبكات الاجتماعية، حيث تبلورت فلسفة تصميمها في إثبات وتحقيق

نظرية عرفت قـديماً باسـم (الانفـصال ذى الـدرجات الـست) *Six Degrees of Separation* التـى افترضت بأن العالم قرية صغيرة نسبيًا(Small world) يستطيع أى فـرد في هـذا الكوكـب أن يتـصل بغيره عبر سلسلة من الوسطاء أو المعـارف لا تتعـدى سـتة أشـخاص، حيـث اسـتطاعت الـشبكة أن تعكـس النظريـة - التـى طبقـت في المجتمعـات الواقعيـة – في العـالم الافـتراضي أو المجتمعـات الافتراضية.

هذا وقد حظيت تلك النظريـة - التـى كانـت ومازالـت مـصدرًا لإلهـام جميـع الـشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت - بالكثير مـن الدراسـات مـن قبـل علـماء الاجـتماع وعلـم الـنفس الاجتماعي في أوائل القرن العشرين، والمشتغلين بعلـوم الرياضـيات والحاسـبات في منتـصف القـرن العشرين. وبعد ظهور ما عرف بالـشبكة العنكبوتيـة وضـخامة حجـم الوثـائق المنـشور بهـا وزخـم المعلومات بها ؛ كان لزامًا عـلى العلـماء أن يُعيـدوا النظـر مـن جديـد إلى دراسـة النظريـة ومعرفـة الترابط والاتصال الذي ينشأ في بيئة الويـب والموضـوعات المرتبطـة بتحليـل الـشبكات العنكبوتيـة، وتحليل الروابط الفائقة، والروابط المتصلة بنظم الاستشهادات المرجعية الإلكترونية.

2/2 تعريف الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت :

Online Social Networks Definition :

قبـل تنـاول تـاريخ الـشبكات الاجتماعيـة عـلى الإنترنـت كـان لزامًـا أن نعـرض شـيئاً مـن التعريفات التى صاغها الباحثين والمؤلفين المهتمين بذلك الموضوع، فعلى الرغم من التشابه الملحوظ بين التعريفات في خصائصها ومضمونها، إلا أننا سـوف نـستعرض أهـم التعريفـات التـى ظهـرت في **أدبيات الموضوع :**

1) عَرف معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات المتاح على الخط المباشر والمعروف بـ ODLIS الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت SNS بأنها " تلك الخدمات الإلكترونية المتاحة على الويب والتى صممت بغرض تمكين أعضائها من انشاء حسابات شخصية Accounts لهم سواء كانت تلك الحسابات لأشخاص أومنظمات، وتتم عملية الاتصال بين الأفراد بغرض التواصل، التعاون، مشاركة المحتويات بينهم. هذا وتسمح معظم الشبكات إتاحة خدماتها للأعضاء المشتركين بها فقط، حيث يستطيع الفرد بمجرد التسجيل أن ينشئ قائمة بأصدقائه Friends List أوجماعات Groups ينتمى إليها. ومن أشهر الشبكات التى تمثل تلك الفئة شبكة بيبو Bebo، الفيسبوك Facebook، ماى سبيس Myspace، تويتر Twitter[5].

2) وعرفتها الموسوعة البريطانية " بأنها مواقع مجتمعية تشاركية يتشارك فيها أعضائها في الحياة الاجتماعية والتواصل الاجتماعي لإقامة روابط اجتماعية وثيقة، حيث يتم التفاعل بينهم عبر قنوات اتصال مختلفة تتمثل في الرسائل الفورية، مشاركة المعلومات وبعض وسائل الاتصال الأُخرى ليعبر كل فرد عما بداخله بحرية دون قيود مفروضه عليه[6].

3) وعرفها الإتحاد الأمريكى للتسويق بأنها " تلك الشبكات الاجتماعية المتاحة على الويب والتى تمهد الطريق للأفراد والجماعات في إنشاء حساب شخصى لهم ومشاركته بين الأعضاء الآخرين، بحيث يقع على عاتق الشبكة إتاحة سبل مختلفة للمستخدمين تمكنهم من التواصل عبر الرسائل الفورية، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، المدونات، مشاركة الملفات، وملفات الفيديو ، جماعات النقاش ... إلخ " [7].

4) وقد أشارت أمانى مجاهد نقلاً عن الساحلى أن مصطلح الشبكات الاجتماعية هو " مجموعة من المواقع على شبكة الإنترت ظهرت مع الجيل الثانى للويب وتتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع إفتراضى يجمعهم إهتمام مشترك، كأن يكون إنتماء بلد - جامعة - شركة... وغيرها. ويتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسائل الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التى يسمحون بإتاحتها للعرض"[8].

5) عرف كلاً من بويد وإيلسونBoyd and Ellison الشبكات الاجتماعية بأنها " تلك الخدمات التى ترتكز على الويب بشكل أساسى حيث تسمح للمستفيدين من تلك الشبكات بإنشاء حساب شخصى لهم، وبناء قائمة بالمستخدمين الآخرين لتلك الشبكات بحيث يمكن المشاركة معهم والاتصال بهم. ويمكن تبادل تلك القائمة بين أقرانهم وبين الأنظمة المختلفة " [9].

6) وقد عرف ليونرد **Leonard** بأنها : " أماكن للتجمع على الخط المباشر تشجع أعضائها على إنشاء شبكات من أصدقائهم ومعارفهم" [10].

7) كما أشار ليونيل **Lionel** بأنها " تلك المجتمعات على الخط المباشر التى تقوم بدعم الاتصال بين الأفراد عن طريق شبكات من الأصدقاء الموثوق بهم، وتقدم مكاناً لتجمع الأفراد على الخط المباشر وإقامة علاقات جديدة، أوللتعرف على أفراد آخرين في نفس مجال عملهم"[11].

8) وقد اشار راسل **Russell** إلى أن " الشبكات الاجتماعية هى تلك المواقع التى تمكن الأفراد من إنشاء شبكات إتصال بأفراد آخرين، وعلى الرغم من أنها شبكات اجتماعية إلا أن الأفراد يمكن أن يتبادلوا الاتصال فيما

بينهم لأسباب شخصية أومهنية سواء كانوا على معرفة ببعضهم أم لا "[12].

9) وقد عرف محمود عبد الستار خليفة الشبكات الاجتماعية بأنها " مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصداقة، والمراسلة، والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الأخرين كالصور والفيديو، والبرمجيات "[13].

وبعد هذا العرض الموجز لتعريف الشبكات الاجتماعية نستخلص أن تلك التعريفات يجمعها عناصر متشابهة وهى :

أولاً : الإرتكاز على شبكة الويب : حيث أن ما يفرق بين الشبكات الاجتماعية التقليدية وبين نظيرتها الإلكترونية أوالتى تتشكل فيما يعرف بالواقع أوالمجتمع الافتراضي أن الأخيرة تعمل في منصة Platform بيئة الويب.

ثانياً : المجتمعية والتشاركية : فالكل يتشارك ويتبادل المعلومات أياً كانت نوعها (إعلامية – ثقافية – تعليمية – علمية – ترفيهية) بأشكال وصيغ مختلفة (ملفات نصية– ملفات فيدو – ملفات صوتية – صور – كتب واوعية معلومات ... إلخ).

ثالثاً : الخدمية : هذه الشبكات ذات طابع خدمى في الأساس لايعتمد معظمها على الربح فاشتراك الأعضاء داخل الشبكة يتم بشكل مجانى، ولجنى الأرباح فهناك طرق أُخرى تسلكها تلك الشبكات إما عن طريق الدعاية

والإعلان للسلع الخاصة بالشركات والمنظمات، أو، من خلال التطبيقات APs التى دخلت عالم الشبكات بحلول عام 2008 .

رابعاً : التواصل : هذه الشبكات هدفت منذ إنشائها في جعل العالم قرية صغيرة مستلهمة فكرتها من نظرية (الانفصال ذى الدرجات الست) بحيث يستطيع كل فرد منا أن ينشئ صداقات مختلفة مع آخرين دون التقيد باحدود الجغرافية، أو، الحدود اللغوية، أو، التخصصى الموضوعى، أو، السن.

خامساً : دعم عملية التواصل : هذه الشبكات من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية، وذلك من خلال مجموعة من الخدمات أبرزها خدمة الحساب الشخصى، إنشاء قوائم للأصدقاء، كتابة التعليقات، إبداء الإعجاب، وسم الأصدقاء، إرسال الرسائل الخاصة، المحادثة الفورية، إنشاء مجموعات إهتمام مشترك، صفحات للأفراد والمؤسسات، المشاركة في الفاعليات والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو.

3/2 مواقع المشاركة المجتمعية (1996 – 1995) Community Sites :

يمكن تأريخ ظهور مواقع المشاركة المجتمعية إلى عام 1995 أى بعد عامين من ظهور متصفح الويب الشهير موزايك " Mosaic " حيث إن بساطة واجهة استخدامه، وسهولة تثبيته، واعتمادية نظامه هو ما جعله متاحًا على نطاق واسع. كما يعتبر ذلك المتصفح أول متصفح يدعم خاصية مزج المحتوى النصى بالصور والرسومات والوسائط المتعددة. وبذلك فهو يمثل البداية الأولى لظهور المتصفحات التى تدعم المواقع المرئية، حيث أدى ظهوره إلى نشوء ما يعرف بمواقع المشاركة المجتمعية وعرفت بذلك الاسم

نظراً لأن هدفها هو تكوين مجتمعات تخيلية تحاكى المجتمعات الحقيقية عن طريق تقريب الأشخاص مع بعضهم البعض بغرض الزواج. ولتلك المواقع دورها مثل (الخطبة) التى تقوم بإيجاد شريك الحياه مرتكزه على التوافق بين الأشخاص من حيث الاهتمامات المشتركة، المستوى الاجتماعي والوظيفي، الفئة العمرية ... إلخ، ولم تكن تهدف في بنائها إلى تكوين تواصل اجتماعي بين الأشخاص وتبادل المعلومات والخبرات. ويمثل موقع ماتشmatch.com الذي ظهر في 21 ابريل 1995 - بعد عامين من ظهور المتصفح الشهير موزايك - على يد مصممه جيرى كيرمان (Gary Kremen) أول محاولة يمكن أن ينسب إليها تأريخ جذور مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت الذي أعتُبر واحداً من المواقع الرائدة التى تهدف إلى التعارف والتقارب بين الأفراد في مختلف دول العالم بغية الزواج، وسبب جعله رائداً ليس بسبب إتاحته فرص الزواج بين أولئك الأفراد الذين لاستطيعون إيجاد شريك حياتهم بسهوله فحسب، ولكن لتغطيته 24 دولة على مستوى العالم ناطقة بـ 15 لغة مختلفة، وتكمن فلسفة استخدامه في إعطاء فرصة لمستخدميه في التعبير عن أنفسهم بدون أيه قيود، فبمجرد أن يشترك الفرد بالموقع يمتلك حساب شخصى Profile خاص به يستطيع من خلاله أن يضع صورة شخصية له وأن يسجل اهتماماته المختلفة وهواياته ثم يقوم الموقع آلياً بعمل مضاهاه بينه وبين الأشخاص المناسبين له[14].

وفي هذا السياق يجب التأكيد على أن موقع ماتش يمثل أول محاولة لما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية إلا أن ذلك الموقع لا يمثل تلك الفئة تمثيلاً دقيقًا بالمعنى المستخدم في وقتنا الحالى ذلك لأنه لا يسمح بالتفاعل بين مستخدميه ومشاركة المعلومات بينهم مباشرة على الموقع فالاتصال

والمشاركة المعلوماتية تتم من خلال إرسال رسائل البريـد الإلكـتروني، ومـن المواقـع الـشهيرة في تلـك الفترة موقعى كلاسمتس، ستيودينتstudent.com and classmates.com .

4/2 الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت Social Networks Sites (SNSs):

إن العلاقات الاجتماعية تعد شيئًا حاسمًا وضروريًا في مراحل تطور حياة البـشر، فمـن الطبيعى أن يشعر الإنسان بخلل ما في حياته عنـدما لا يـستطيع التواصـل مـع الآخـرين، ومـع دخول التقنيات الحديثـة وتعامـل الإنـسان مـع أجهـزة الحاسـب الآلى أكـثر مـن تعـاملهم مـع بعضهم البعض ؛ ونشأت معاناة نفسية وفجوات اجتماعية تمثلت في انغلاق سلوكيات الشعوب وخاصة الذين يتمتعون بطبيعة اجتماعية أكثر مـن غـيرهم، ثـم جـاءت المجتمعـات الافتراضـية عامة والشبكات الاجتماعية خاصة لتقريب تلك الفجـوة الاجتماعيـة ولتحقيـق غـرض التواصـل على مستوى تقنية شبكة الإنترنت وإعاده تقريب المجتمعـات في نـسيج متكامـل ؛ عـن طريـق سد احتياجات الأفراد من خلال بناء العلاقات وإعادة التواصل فيما بينهم خـلال مراحـل العمـر المختلفة[15].

هذا وقـد ظهـرت الـشبكات الاجتماعيـة لأول مـرة عـام 1997 ولكـن سرعـان مـا طورت من خصائصها وأصبحت ذائعة الصيت والانتشار بحلول عام 2004 أى قبل انطـلاق تطبيقات وتقنيات الجيل الثانى من الويب. إلا أن تلك الشبكات نسبت تقنياتها إلى شـبكة الويب 2.0 لارتكازها على نفس الإمكانيات والتطبيقـات والبرمجيـات المتطـورة المتاحـة في بيئة الويب 2.0. ومع ظهور ما يعرف بالويب 2.0 فقد رافقه تغـير جـذرى تمثـل في إعـادة

تشكيل مستقبل الشبكة العنكبوتية من ناحية هيكلها وتصميمها وخصائصها، وإعادة توجيه سلوك المستفيد النهائىEnd-users في استخدامه لمواقع الإنترنت فأصبح أكثر تفاعلاً وإثراءً للمحتوى وإهتماماً به. أيضاً مع الاستخدام المتزايد لتلك المواقع إلى الحد الذي جذبت ملايين الأشخاص يوميا فقد أطُلق على تلك المواقع متزاحمة الاستخدام - في أوساط المهتمين بشبكة الإنترنت وتقنياتها - مصطلح " التطبيق الكاسح Killer Application[*] " الذي مثل إمتداداً طبيعياً لتطبيقات الويب التى لها القدرة على إنشاء وإدارة علاقات واضحة ومحدده بين مستخدميها[16].

وبشكل عام تقوم تلك الشبكات التى تعتمد على توظيف خدمات وخصائص الشبكات الاجتماعية على حقيقة أن مستخدمى الإنترنت دائمى السعى والبحث عن أصدقاء جدد يدرجونهم في شبكة علاقاتهم الاجتماعية – وفقًا لنظريات علم الاجتماع السالف ذكرها - أو التواصل مع أصدقائهم بقدر المستطاع ؛ لذا من الطبيعى أن يستقبل البعض دعوات للتعارف من قبل آخرين لا يعرفونهم وذلك من خلال تلك المواقع التى تقدم خدمات تدعيم وتكوين شبكات اجتماعية. وتعتمد تلك المواقع بشكل رئيسى على الاستفادة من تفاعلية شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال، فهى تقوم على إنشاء شبكات اجتماعية من المترددين عليها من أنحاء العالم، حيث تسمح هذه المواقع لأعضائها بأن يقدموا لمحة عن أنفسهم بالشكل المناسب لهم، ويعبروا عن آرائهم وأفكارهم

(*) ظهر مصطلح Killer application لاول مرة بعد صدور برنامج Lotus1-2-3 بسبب الإقبال المتزايد على شراءه. هذا وقد عرف موقع dicationary.com مصطلح (Killer application) بأنه ذلك المصطلح الذي يطلق على البرنامج أوالتطبيق الذي يواكب تصميمه وظهوره ضجة كبيرة حيث يعتبر مفيدا بين المستخدمين ويكثر استخدامه ، كما يعتبر تطبيق فائق التصميم ومنصة لكل المتنافسين في صناعة البرمجيات وتطوير الويب مثل : البريد الإلكتروني الذي يعتبر تطبيق مهيمن Killer application في عصره.

للآخرين وأن ينضموا لجماعات وشبكات اجتماعية تربطهم بمن يتفقون معهم في اهتمامـاتهم ومـا إلى ذلك[17].

وتركز هذه المواقع على عملية بناء وتدعيم العلاقات الاجتماعية المتبادلة عبر الإنترنت بين جماعات من الأفراد ممن يتشاركون في اهتمامات متشابهة، أو لديهم أنشطة مـشتركة يقومـون بهـا أو ممن يستهويهم استكشاف اهتمامـات آخـرين كـانوا يعرفـونهم مـن قبـل في الواقـع الفعـلى، أو يسعون لتكوين معارف وصداقات جديـدة. لـذلك فهـى تـساعد عـلى تـدعيم وتعزيـز أشـكال مـن العلاقات والروابط الاجتماعيـة الموجـودة بالفعـل إلى جانـب المـساهمة في خلـق روابـط ووصـلات اجتماعية جديدة[18].

لذا فقد انتشرت الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع لما لها من خـصائص تقنيـة فريـدة تميزها عن باقى المواقع المتاحة على الخط المباشر، حيـث يـستطيع أى شـخص الاسـتفادة مـن تلـك الخصائص عن طريق الاشتراك بتلك المواقع وإنشاء ما يعرف بـ(الحساب الشخصى Account) الذي يُمكنه من عـرض قائمـة الأصـدقاء الموصـولين بـه. ويعتـبر الحـساب الشخـصى خاصـية فريـده لكـل مستخدم يستطيع من خلاله " كتابة كلمة أو جملة تعبر عن كينونته، " وبعد الولوج إلى الموقع يتطلب مـن المـستخدم مـلء مجموعـة مـن البيانـات في شـكل سلـسلة مـن الإستفـسارات تـدخل ضـمن إطا ر التسجيل، وبمجرد الانتهاء من الإجابة على هـذه الإستفـسارات يقـوم الموقـع بتبويـب تلـك الإجابـات داخل الحساب الشخصى ومن هذه الاسـئلة : الاسـم، العمـر، النـوع، مكـان المـيلاد، البريـد الإلكـتروني، الاهتمامات ... إلخ. وتشجع معظم المواقع أعضائها في رفع صورهم الشخصية، كما تسمح بعض المواقـع للأعضاء في تحسين حساباتهم الشخصية عن طريق إضـافة وسـائط متعـددة أو تغيـير نمـط أو تـصميم

واجهة حسابهم ليعكس ما بداخلهم مثل الفيسبوك الـذي يـسمح للمـستفيدين بإضـافه نـوع مـن النماذج (تطبيقات) يساعد على إضفاء نوع من التنسيقات والأشكال والألوان الخلابـة عـلى واجهـة الاستخدام[19].

ويعد التنوع الهيكلى في عرض (قوائم الأصدقاء والزوار) وإتاحـة (المحتـوى الـشبكى) يمـثلا إحدى الموضوعات الهامة المتعلقة بمواقع الشبكات الاجتماعية في الآونة الآخيرة نظـرًا لكـثرة انتـشار تلك المواقع وإختلاف اللغات البرمجية المستخدمة في بناء تلك الشبكات ؛ فقد تتنوعت طرق عـرض الحسابات الشخصية إما مـن خـلال ضبط الإعـدادات المثبتـه بـالموقع نفـسه أو مـن خـلال حريـة تصرف الأعضاء أنفسهم. وافتراضيًا فإن الحسابات الشخصية المنشأة عـلى مـوقعى مثـل فرينـدسـتر Friendster، ترايب tribe.net يمكـن أن تعـرض للجميـع سـواء لأولئـك الـذين يمتلكـون حـسابات شخصية أو لا وذلك من خلال استخدام محركات البحث. وعلى عكس ذلك نجد ان موقع لينكيـدإن LinkedIn يتمتع بدرجة كبيرة من التحكم فيما يعرض حيث يوفر للأعضاء خاصـية عـرض وإتاحـة حساباتهم الشخصية من عدمه. أيضاً يسمح موقـع مـاى سـبيس Myspace لـزواره باختيـار عـرض الحساب الشخصى بشكل عام أو أن ينحصر عرضه للأصدقاء فقط. أما بالنسبة لشبكة الفيسبوك Facebook فنجدها تستخدم عدة أساليب تتنوع مـن حريـة إتاحـة الحـسابات الشخـصية إمـا على المستوى العام أو المستوى الشخصى. وبمجرد الاشتراك في إحدى مواقع الشبكات الاجتماعية، يقوم الأعضاء بترقيـة حـساباتهم الشخـصية داخـل منظومـة الـشبكات الاجتماعيـة عـن طريـق إدراج أولئـك الأفـراد الـذين تـربطهم علاقـات اجتماعيـة بيـنهم. هـذا وتعـرف تلـك الخاصـية بـأكثر مـن اسـم (Friends، Fans،Contacts) فعـلى الـرغم مـن أن مـصطلح (الأصـدقاء

Friends) مضلل ؛ إلا أنه الأكثر استخداماً وانتشاراً في تلك المواقع. كما تتطلب معظم مواقع الشبكات الاجتماعية إتجاه ثنائى لتأكيد الصداقة بين الشخص الذي يرسل طلب الصداقة وبين الآخر الذي يقوم بتأكيدها والموافقه عليها أو رفضها وتجاهلها[20].

وبالحديث عن مراحل تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء المعلوماتى، ينبغى أن نكون على دراية بأن مواقع الشبكات الاجتماعية أو التواصل الاجتماعي تجاوز عددها المئات، لذا يكفينا أن نستعرض المواقع الرئيسية التى أثرت بشكل كبير في ظهور وتطور تلك المواقع.

هذا وقد يمكننا تقسيم مراحل الشبكات الاجتماعية إلى مرحلتين أساسيتين بدءًا من التأسيس العالمى إلى المردود المحلى، فالتفاعلات تتم على خلفية السياق العالمى، وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلى ويمكن عرض المرحلتين في التالى [21] :

1/4/2 مواقع الشبكات الاجتماعية الأجنبية Social Networks Sites Foreign

أولاً : المرحلة الأولى : الموجه الأولى المتزامنة مع الويب 1 (1997- 2003) :

هى تلك الشبكات التى اعتمدت على الآليات والبرمجيات المتضمنة بالويب 1 والتى لاتعطى مساحة كافية لمستخدميها بالمشاركة والتفاعلية في المحتوى. وكما هو واضح من الشكل (9) - من تصميم المؤلف – الذي يمثل مواقع المرحلة الأولى أن موقع سيكس ديجريز SixDegrees.com، ماى سبيس، فريندستر Friendster ، بلاك بلانت BlackPlanet تعتبر أبرز تلك

النماذج لمثل هذه المرحلة، وإن كانت قد طورت من نفسها عند ظهور الويب 2 لتلحق رَكب التقنيات الحديثة. ولعل المفارقة هنا أن تلك الشبكات لم تظهر في ثوب الشبكات الاجتماعية في بادئ الأمر فعلى، سبيل المثال موقع ظهر كيوكيوQQ كخدمة للرسائل الفورية، وموقع لونرستورمLunarstorm أنشئ لتدعيم المشاركة المجتمعية، سى ورد Cyworld كمنتدى عام يخدم المجتمع الكورى، كما ظهرت مواقع مثل بلاك بلانت BlackPlanet، مجنيتMiGente ، وموقع آسيا AsianAvenue كمواقع تخدم نطاق جغرافي معين في بدايتها ثم أسرعت في تطوير خصائصها وتطبيقاتها لتندمج مع خصائص وهياكل الشبكات الاجتماعية في الفترة من 2005 حتى 2006 لتظهر كمواقع شبكية[22].



شكل (9) مواقع المرحلة الأولى للشبكات الاجتماعية

ظهر موقع سيكس ديجريز للوجود عام 1997 على يد مصممه أندرو وايترادج Andrew Weinreich الذي يعتبر النواة الأولى الحقيقية لما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية على الخط المباشر بمفهومنا الحديث، حيث سارع مستخدمى الإنترنت حينئذ في الولوج إلى الموقع وبادروا في التسجيل فيه

حتى يصبحوا أعضاءًا من خلال تسجيل معلوماتهم الشخصية عبر إدراج (الاسم، البريد الإلكتروني، ومعلومات شخصية أُخرى) ليكون لهم حرية التصفح بداخل الموقع والتمتع بمزاياه والبحث عن الأعضاء المتواجدين بالموقع وإلتماس صداقتهم وتكوين علاقات اجتماعية جديدة أو ما يعرف بشبكة المعارف. هذا وقد طور موقع سيكس ديجريز من نفسه معتمدًا على إتاحة عدة أدوات تساعد الأشخاص في الاتصال بأصدقائهم مباشرة ومن أبرزها آداة التصفح ومتابعة قوائهم الأصدقاء Friends List وهذه الآداة كانت موجودة بالفعل قبل ظهور الموقع من خلال موقعى آى سى كيو، آيه آى آمAIM & ICQ buddy ، كما أتاح الموقع عرض صورة المستخدم الشخصية، فضلاً عن خاصية الرسائل غير المباشرة Offline. وبالرغم من اكتساب الموقع شهرة واسعة إلا أن هناك عدة عوامل كانت وراء انسحابه من الفضاء الشبكى **تمثلت في :**

(أ) القصور الشديد في عمليات البحث داخل الموقع وعدم تقديم نتائج بحث ذات صلة[23].

(ب) قله الموارد المالية للموقع ؛ بسبب عدم قدرة اندرو واينرادج على استثمار الموقع في الأنشطة التى تدُر الأرباح كالدعاية والإعلانات والتسويق الشبكى.

(ج) النقص الشديد في الخدمات والأنشطة مثل التدوين Blogging، مشاركة الصور والأفلام Videos and Photos Share والتى تعتبر جزءًا أساسيًا من خدمات الشبكات الاجتماعية في يومنا هذا [24].

وللأسباب سالفة الذكر لم تستطع الشبكة أن تتكيف وتواكب احتياجات أعضائها. وبمضى أربع سنوات من عمل الموقع الذي بلغ عدد أعضائه ثلاثة

ملايين عضو فقد أعلن الموقع عن مساعيه لغلق أبوابه في عام 2000. حيث جاء فحوى رسالة الإغلاق " نشكر أعضائنا الكرام بجعل موقع sixdegree مكان نابض بالحياة بين أولئك الشعراء، الموسيقيون، الرياضيون، الأمهات، الفنانون، عشاق السينما، المحامون، وكل الفئات الأُخرى ؛ فبكم قد تزايد عدد الموقع من 7 أشخاص إلى ثلاثة ملايين عضو، فمن خلال اشتراكم بهذا الموقع نكون قد استطعنا أن نثبت بأن الشخص يمكن أن يتصل بغيره عبر 6 ستة وسطاء أوأقل من ذلك، فجميعنا نجعل العالم صغير ومحدود، ونتمنى بأن تكون قد قضيت وقتا سعيداً وقابلت أشخاص لطفاء من خلال تعاملك معنا"[25].

وخلاصة القول يتبين لنا أن موقع سيكس ديجريز يعتبر شبكة اجتماعية أعدت بشكل مبسط مفتقرة لخدمات وتطبيقات تفاعلية ؛ ونتيجة لذلك فقد قوبلت بشكاوى من قبل أعضائها تعكس إنزعاجهم لقلة الخدمات والأنشطة المقدمة لهم، ولأن الموقع لم يكن باستطاعته تحسين خدماته لقلة موارده المالية فقد أغلق الموقع في ديسمبر عام 2000.

وفي عام 1998 ظهر موقع كير2 Care2.com على يد مصممه راندى بنتر Randy Paynter الذي أراد رؤية العالم مكاناً لحياة أفضل يتمتع فيه الأشخاص بصحة جيدة بالعودة إلى الطبيعة الخضراء وتجنب ما هو ضار بصحة الإنسان ؛ لذا فقد قرر راندى بنتر أن يترجم أفكاره في صورة شبكة يجتمع فيها الأشخاص من جميع أنحاء العالم ليتبادلوا فيها الآراء والمعلومات التى تهتم بالصحة العامة وإعاده التوازن مرة أخرى للبيئة والمحافظة عليها، وتوعية الإنسان بشكل دائم بالمسئوليات والواجبات التى تقع على عاتقه في المحافظة على البيئة وعناصرها. هذا وقد أتاح الموقع عدة خصائص **لأعضائه تمثلت في :**

أ- إتاحة الحسابات الشخصية للأعضاء والمنظمات ليتسنى لهم المشابكة الاجتماعية مع أقرانهم متى قدر لهم ذلك.

ب- خدمة الإستغاثات الإنسانية Petitions حيث يستطيع كل فرد أن يقوم بملئ ما يسمى " بعريضة الاستغاثات الإنسانية " يعرض بها السلبيات التى انتشرت في مجتمعه وكيفية التخلص منها، وأهم الموضوعات التى تحتاج للمناقشات السريعة.

جـ- التبرع بالنقر Click-to-Donate حيث يستطيع أى شخص أن يقوم بالتبرعات الخيرية مجاناً دون تحمل أية أموال، حيث يتم ذلك بمجرد النقر على الشيئ الذي يحتاج إلى دعم مإلى بحيث تقوم الشركات الراعية للموقع بحساب عدد النقرات التى قام بها الأعضاء على الموضوعات الإنسانية التى تحتاج لدعم إنسانى أومإلى ثم تتكفل بها.

د- بطاقات المعايدة المجانية للأعضاء Free E-Cards .

هـ- مشاركة الصور والملفات النصية بين الأعضاء.

و- إرسال النشرات الإخبارية من المجلات والصحف إلى الأعضاء والتى تهتم بموضوعات مثل البيئة وحقوق الإنسان[26].

هذا وقد إستطاع الموقع الذي يعمل به 50 موظفًا أن يرتقى بعدد أعضائه من 9 مليون عضو في عام 1998 ليصبح عدد المشتركين فيه 15 مليون في غضون عام 2012 على مستوى العالم[27].

وفي نفس العام (1998) ظهر موقعين آخرين هما فوتكى Fotki ، اوبين ديرى Open Diary إلا إنهما لم يحظيا بالقبول والاستخدام من قبل مستخدمى الإنترنت كمواقع للتشابك الاجتماعي. فقد شهد الأول حوالى 1.6

مليون مشترك، أما الثانى إلى جانب أنه يميل إلى مواقع المدونات أكثر منه إلى المشابكة الاجتماعية فقد بلغ عدد أعضائه 5 مليون عضو في ذلك الوقت.

وفي عام 2000 ظهرت شبكة لايف جورنال Livejournal كأول منصة مجتمعية للتدوين المجتمعى المجانى ؛ حيث أتاحت تلك الشبكة لكل مستفيد حساب شخصى يعرض من خلاله آراؤه وأفكاره وإتجاهاته وحياته الاجتماعية التى يمر بها يوميًا. ونظرًا لنجاح تلك الشبكة فقد تنافست مع شبكة بلوج سبوت بلوجرBlogspot blogger، حيث جمعت تلك الشبكة في خصائصها وخدماتها بين المدونات من ناحية والشبكات الاجتماعية من ناحية أُخرى[28].

أما على المستوى الجغرافي فقد ظهرت مواقع تغطى أماكن معينة أو أشخاص ينتمون إلى أجناس عرقية محددة، ولعل موقع بلاك بلانت والذي ظهر في عام 1999 خير مثال على ذلك، فقد نشأ الموقع في الأساس لخدمة مواطنوا أمريكا ذو الأصول الأفريقية، حيث نجح الموقع في استقطاب ملايين من الأعضاء من مختلف الأعمار في أماكن مختلفة[29].

ثم ظهر موقع لونرستورم الذي يعد أكبر بوابة افتراضية مجتمعية متاحة على الإنترنت تجذب الشعب السويدى مع التركيز على فئة الشباب. فقد مثل 80% من المترددين على الموقع فئات بلغت أعمارهم ما بين 12 – 24 عام. [30]هذا وقد وصل عدد أعضاء الموقع النشطين 1.2 مليون عضو في عام 2006 منهم 70 % يتراوح أعمارهم ما بين 16 حتى 24 فضلاً عن 400 الف زائر يوميًا. كما أن 85% من شباب المجتمع السويدى يزور الموقع مرة على الأقل أسبوعياً و29% منهم يوميًا. وبحلول عام 2009 إرتفعت نسبة التغطية لتشمل 85% من السويدين[31].

هذا ويوفر موقع آسيا asianave.com بيئة افتراضية تفاعلية للاتصال مع العرق الأسـيوى في جميع أنحاء العالم عن طريق مـا يقدمـه مـن خـدمات مثـل : الدردشـة، نـشر الـصور، ومقـاطع الفيـديو، ومـشاركة الآراء، والبحـث عـن الأمريكـان ذو الاصـول الآسـيوية الـذين يهتمـون بالموضـه والرياضة، والاحداث، ومتابعة التجارة والاعمال، والاتجاهات السياسية فيعـد ذلـك الموقـع مجتمـع افتراضى ضـخم يهـتم بالـصينين، اليابـانيين، الكـوريين، الفيتنـاميين، الهنـود والعـائلات الأمريكيـة ذو الأصول الاسيوية[32].

وفي أكتوبر عام 2000 ظهر موقع مجنيـت MiGente ليخـدم أولئـك المنتمـين إلى أمريكـا اللاتينية والناطقين باللغة الانجليزية حيث شهد الموقع إقبال ما يزيد عن 500 ألـف مـشترك في أول عامين لظهوره ثم تزايدت النـسبة لتتخطـى 2.5 مليـون ونـصف زائـر بحلـول عـام 2008. ويهـدف الموقع إلى توثيق الصلة بين المنتمين لأمريكا اللاتينية من خلال إنشاء صداقات جديدة بينهم وإتاحة فرص الزواج والتواصل الدائم ؛ أما بالنسبة لخدمات الموقع فيتيح الموقع مشاركة الأغـانى والفيـديو، والإعلان عن الوظائف، وخدمات الدردشة، ونشر الاهتمامات[33].

وفي عـام 2001 ظهـر موقـع سى ورلـدCyworld * عـلى يـد فريـق عمـل مـن طلبـة الـسنة النهائيـة بالمعهـد الكـورى للتقنيـة والعلـوم، حيـث انحـصرت أهـدافهم في إنـشاء موقـع للتواصل الاجتماعي يهتم بخدمة مجتمعات كوريا الجنوبية. [34] وفي أوائل عـام 2001 جـذبت تلـك الـشبكة الأنظـار إليهـا مـن جانـب المجتمـع الكـورى الجنـوبى إلى أن وصـل عـدد مـستخدميها إلى 15 مليـون شـخص في نـوفمبر 2006 ليقفـز العـدد إلى 21 مليـون مـشترك في منتـصف عـام

* في اللغة الكورية يستخدم المقطع "Cy" للاشارة إلى كلمة " العلاقات Relations " لذا فإن مـصطلح Cyworld يـستخدم للدلالة عن عالم متشابك من العلاقات المتجانسة.

2007 بخلاف زائريها ، ويعد ذلك المؤشر المتزايد في عـدد المـشتركين إنعكـاس لمـدى أهميـة مواقـع الشبكات الاجتماعية كجزء من العلاقات المتشابكة في الفـضاء الكـونى، وتـتم آليـة إشـتراك الأعـضاء داخل الموقع عن طريق إنـشاء صـفحة رئيـسية تـسمى المـسكن الافـتراضي (Minihompy) وهـذا المسكن يحاكى الواقع تمامًا، حيث يستطيع كل شخص أن يجمل مسكنه من خـلال صـنع ديكـورات للشقة، وشراء الآثاث، والأجهزة الكهربائية، وإقتناء بعض التحف الـصغيرة مـستخدماً خدمـة الـدفع الإلكتروني، وزيارة مساكن أصدقائه المتصلين بـه عـلى نفـس الموقـع. وقـد إسـتطاع موقـع سى ورلـد للتواصل الاجتماعي - من خلال خدمة الدفع الإلكتروني – أن يجنى أرباح تقـدر بــ56 مليـون دولار أمريكى في عام 2007 وتمثـل تلـك الأربـاح نـسبة 70% مـن إيراداتـه والبـاقى مـن خـلال الإعلانـات وخدمة الموبايل[35]. هذا وبمراجعة تحليـل موقـع اليكـسا Alexa فقـد تبـين ان مـستخدمى الموقـع يقوموا بتحميل أكثر من 50 ألف فيديو، و5 مليون صورة يومياً.

وفي عام 2001 ظهر موقع ريزى Ryze.com الـذي أنـشئ خصيـصاً للأغـراض المهنيـة مـن خلال مساعدة الأشخاص على الاستفادة من شبكات الأعـمال التجاريـة، حيـث قـرر مـسئول الموقـع تقديم موقع لأصدقائه لكى يتواصلوا مع بعضهم البعض وجعل الأولويـة لمجتمـع سـان فرانسيـسكو للأعمال التجارية والتكنولوجية. حيث أشتمل على رجال الأعمال والمستثمرون إلا ان الموقع لم يحـظ بالانتشار والنجاح المرجو من تصميمه حيث إنتقلت أنظار مـستخدمى مواقـع الإنترنـت إلى مواقـع أخرى ذات صلة بالأعمال التجارية مثـل مـوقعى تريبـى Tribe.net، لينكيـدإن LinkedIn اللـذان ينتميان إلى فئة الشبكات المهنية والتجارية[36].

وفي عام 2002 إنطلق موقع فريندسترFriendster علعى يد مصممه جواناثان أبرامز Jonathan Abrams كنسخة تجريبية ليشكل نقطة تحول هامة في مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وإلهاماً لبعض المواقع الشهيرة مثل ماى سبيس Myspace.com وغيرها. وبسبب ما شهده من نجاح منقطع النظير فقد أصبح نموذج للشبكة الاجتماعية الحديثة. هذا وقد ظهر كشكل من أشكال الاتصال الجماعى حيث صمم ليتنافس في تطبيقاته وخدماته مع موقع Match.com الذي يقوم بمضاهاه ذوى الاهتمامات المشتركة مع بعضهم البعض بغية صنع علاقات عاطفية بغرض الزواج، فضلاً عن مساعدة الأعضاء في التعرف على أصدقاء جدد وإنشاء اتصال فيما بينهم.[37] وقد ارتفعت شعبية موقع فريندستر في عام 2004 لتمكنه من تحقيق ما يقرب من 5 مليون حساب شخصى معظمهم من التيارات الفكرية والمشتغلين بالصحافة. حتى بدأت وسائل الإعلام وخاصة الصحف العامة والمجلات بالتحدث عنه، وقد أدرج ذلك الموقع في الحساب الشخصى للمستخدم 5 عناصر أساسية استخدمت في بناء حسابات الأشخاص داخل مواقع الشبكات الاجتماعية بعد ذلك وهى[38]:

1) المعلومات الديموغرافية　　2) الاهتمامات وتعريف بشخصية العضو واتجاهاته

3) صورة شخصية　　4) قائمة الأصدقاء

5) كتابة كلمة تعبر عن الحالة المزاجية.

وبالرغم من نجاح هذا الموقع وإرتفاع شعبيته إلا أنه واجه عدة مشكلات تقنية واجتماعية ومالية وإدارية ؛ فخوادم موقع فريندستر وقاعدة بياناتها لم تكن مجهزة بالسعة الكافية لتواكب النمو السريع والمرتقب، مما

أصاب مستخدميه بالإحباط. مما نتج عنه عزوفهم عن استخدامه واستبداله بتقنيات البريد الإلكتروني. ولأن النمو العضوى المنظم يعد شيئاً ضروريًا في بناء المجتمعات المتماسكة والمتجانسة فقد أدى التزايد العشوائى الملحوظ للأعضاء الجدد - الذين تعرفوا على الموقع من خلال وسائل الإعلام والصحف والمجلات – إلى انعدام التوازن الاجتماعي داخل الموقع فتضاربت الإتجاهات والميول والآراء المتعلقة بالأعضاء مما أدى إلى حدوث شوشره في الهدف الاجتماعي للموقع الذي أدى إلى إلغاء خدمة الزواج داخل الموقع[39]. أما من الناحية المالية فقد سقط الموقع كفريسة لشركات التمويل الإستثمارية حيث استنفدت الشركة أموالها وأعيد تقييم راسمالها ليصبح3 ملايين دولار فقط، ومن ثم فقد ألحق الموقع بشركة كلينر بيركنزKleiner Perkins Caufield & Byers وهى إحدى الشركات التى ساهمت بتمويل موقع فريندستر من قبل، كما كان لتفتيت مجلس إدارة شركة فريندستر سبباً في سوء إدارة الشركة وانعكس ذلك على موقعها. كل هذه العوامل أدت إلى إنهيار الموقع وعزوف عدد كبير من أعضائها عنه عام 2003، وفي 2011 تم إعادة هيكلة الموقع ليصبح شبكة اجتماعية ذات طابع ترفيهى تركز على الموسيقى والألعاب ونتج عن ذلك إنحسار دورها كشبكة اجتماعية وبقيت الحسابات الشخصية للمستخدمين كما هى، وتم تزويدها بآداة لتصدير بياناتهم كالصور، والرسائل، والتعليقات، والمدونات، والمنتديات والمجموعات.

وقد بلغ عدد اعضاء موقع فريندستر 115 مليون عضو حيث يغطى أكثر من 15 دولة في العالم مثل : استراليا، كندا، الصين، الهند، اندونسيا، اليابان، ماليزيا، الفلبين، سنغافورا، كوريا الجنوبية، تايوان، الإمارات العربية

المتحدة، المملكة البريطانية، والولايات المتحدة الأمريكية. كما تحظى دول جنوب شرق آسيا بنصيب كبير في الاستخدام[40].

وفي نفس العام ظهرت مواقع أخرى للتواصل الاجتماعي مثل موقع فوتولوج Fotolog الذي يعتبر أول موقع للشبكات الاجتماعية يهتم بمشاركة ملفات الصور بين أعضائه، حيث يتيح رفع صور الأعضاء أيًا كان نوعها في شكل مدونة أو مفكرة وتبادلها مع مستخدمى الموقع، كما يتيح الموقع خاصية فريدة وهى إرسال الصور من خلال البريد الإلكتروني وهى خاصية مميزه في حالة ما إذا أراد الشخص أن يلتقط صورة من هاتفه المحمول وإرسالها في التو واللحظة.[41] وشهد نفس العام ظهور شبكة سكاى روك Skyrock والمسماه بـ(SkyBlog سابقاً) التى بدأت كمدونة فرنسية في بادئ الأمر ثم تغيرت بعد ذلك لتصبح شبكة اجتماعية[42].

وفي عام 2003 ظهرت موجة جديدة من المواقع التى مثلت بداية لنمو مرحلة جديدة من الشبكات الاجتماعية. فتأتى شبكة ماى سبيس الشهيرة Myspace على رأس تلك المواقع التى طورت في أغسطس عام 2003 على يد فريق من موظفي شركة إى يونيفرس -E Univers الذين أرادوا بناء شبكة تحاكى شبكة Friendster في خدماتها وخصائصها كنوع من التقليد. وفي يوليو 2005 اشترت شركة نيوز كورب News Corporation. الموقع في صفقه قدرت بـ580 مليون دولار لتتربع بعدها على عرش الشبكات الاجتماعية استخداما وإفاده في الولايات المتحدة الأمريكية. هذا ويبلغ عدد المشتركين في موقع ماى سبيس أكثر من 300 مليون عضو حيث يركز الموقع على تسلية وترفيه أعضائه، فيستطيع كل عضو أن يشارك صديقه

حسابه الشخصى، ملفات الصور ، ملفات الفيديو، والروابط المختلفة ...إلخ[43].

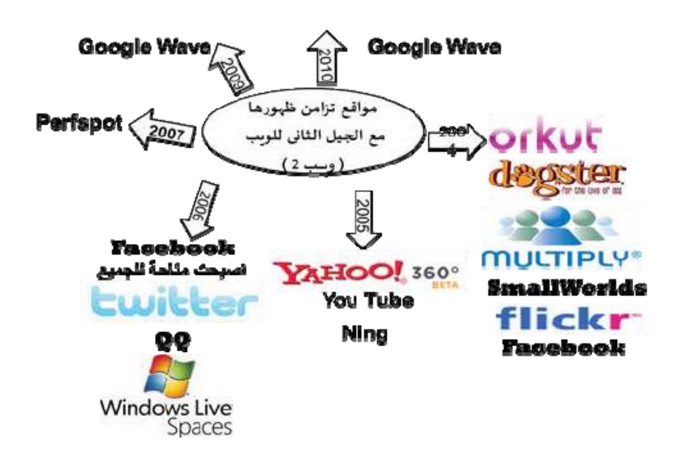
وفي نفس العام ظهر موقع هاى Hi5 الذي صمم بواسطة رامو يلامنش Ramu Yalamanchi حيث أشار موقع كوم سكور ComScore لقياسات الشبكة العنكبوتية في عام 2008 ان ذلك الموقع يحتل الترتيب الثالث على مستوى الشبكات الاجتماعية من حيث مرات الزيارة اليومية، هذا ويدعم ذلك الموقع أكثر من 50 لغة كما يعتبر أكثر المواقع تسلية لأعضائه بالإضافة إلى كونه أكبر منصة لمبرمجى ومطورى تطبيقات الألعاب المتاحة على الإنترنت[44].

كما ظهرت في نفس العام أول شبكة مهنية تهتم بسوق العمل وتدعى لينكدإن LinkedIn التى صممت وطورت على يد ريد هوفمان Reid Hoffman، حيث استهدفت أولئك الذين يبحثون عن الأعمال والوظائف ويتناقشون حولها ، هذا ويتيح الموقع لأعضائه متابعة نصائح وإرشادات المستشارين في كل مهنة من المهن المختلفة، بالإضافة إلى بناء شبكات العمل التى تسمح للأعضاء بتسجيل السير الذاتية الخاصة بهم داخل الموقع كما تتيح لهم وضع روابط لزملائهم وأعمالهم وتوسيع مدى نطاق شبكة العمل التى يقومون بإنشائها لتشمل أولئك المتصلين بشبكة زملائهم. ومن شأن هذه الخدمة أن تساعد المستخدمين في الوصول إلى خبراء يمكن من خلالهم تقديم يد العون في المشاكل التى تواجه أعمالهم، ويلقى هذا الموقع إقبالاً كبيراً حيث بلغ عدد أعضاء الموقع في عام 2009 إلى 55 مليون عضو حيث تغطى الشبكة 150 شركة صناعية ، 200 دولة على مستوى العالم[45].

أيضاً ظهر في نفس العام عدة شبكات ولكن لم تحقق النجاح الكافي في وقتها مثل شبكة لاست إف إم LastFm التى تعتبر أول شبكة تهتم بالمحتوى الصوتى فهى شبكة تتيح الأغانى التى تذاع على الراديو داخل الموقع[46].

ثانياً : المرحلة الثانية : الموجه الثانية المتزامنة مع الويب 2 (2004- حتى الآن) :

على الرغم من ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في تسعينيات القرن العشرين إلا أننا نجد الكثير من المهتمين بذلك الأمر عندما يتطرق إلى الحديث عن تلك المواقع فهو ينسبها إلى نتاج تقنيات الويب 2 ؛ ولعل ذلك اللبس قد نشأ عن التطور الجامح الذي شهدته تلك المواقع بظهور تقنيات الويب 2 والتى وضعت تصور جديد للشبكة. ويعد السَبب في ذلك تقسيم المواقع إلى ما يعرف بمواقع ويب 1 ومواقع ويب 2 ارتكازاً على الخدمات والتطبيقات والتكنولوجيات التى تقدمها تلك المواقع ويوضح المؤلف في شكل (10) – من تصميمه - شبكات المرحلة الثانية. وبظهور تقنيات الويب 2 ظهرت مواقع شبكية جديدة إعتمدت في بنائها على تلك التقنيات، كما أن المواقع التى نشأت في طيات تقنيات الويب 2 لم يكن أمامها سوى أن تعيد هيكلة بنائها لتلحق بركب التطور ضماناً لبقاء استمرارها بين مستخدميها .هذا وسوف نستعرض في الصفحات التالية أبرز تلك المواقع التى جذبت الأنظار إليها من أنحاء العالم استخداماً وإفادة.



شكل (10) الشبكات الرئيسية التى تزامن ظهورها مع تقنيات الويب 2

ظهرت شبكة أوركيوت Orkut تحت مظلة شركة جوجل Google التى أسستها عام 2004 لخدمة المجتمع وإعطاء الفرصة للأعضاء للتعبير عن أنفسهم واهتمامتهم ومشاركة تلك الاهتمامات مع الآخرين، وهو ما يعكس نفس أهداف باقى الشبكات الاجتماعية إلى حد كبير في آليات التعامل. ولعل المبادرة التى أطلقتها جوجل بإنشاء شبكة اجتماعية لها وإتاحتها للجميع مجاناً يؤكد أن الشبكات الاجتماعية تعدت مفهوم الظاهرة وأصبحت مواقع تتغلغل في الحياه اليومية[47].

ففي عام 2004 ظهرت لأول مرة شبكة تهتم بعاشقى الحيوانات الأليفه مثل (الكلاب) وهى دوج ستيرdogster حيث أتاحت لأعضائها من محبى (الكلاب) نشر الأخبار التى تعرض في الصحف والمجلات عنهم، ورفع الأفلام، والكتب التى تتحدث عنهم، والصور، والرد على الإستفسارات المتعلقة بتربية الكلاب، والاهتمام بهم فضلاً عن خدمة نشر القصص الطريفة التى حدثت بين الأعضاء وكلابهم[48]. كما ظهرت في نفس العام شبكة تتشابه

في واجهتها وخصائصها وخدماتها مع تلك الشبكة ولكن تهتم (بالقطط) وسميت كات ستير catster.com.

كما يعد موقع ملتيبلى multiply.com شبكة ضخمة للتسويق الاجتماعي على الإنترنت حيث تشعرك إلى حد ما بأنك تصحب اصدقائك من خلال حساباتهم الشخصية للتسوق من المحلات ومراكز التسوق الضخمة Malls المتضمنة داخل الشبكة، والتى تعرض نماذج من منتجاتها من خلال الصور وأفلام الفيديو، ثم توضح كيفية شراء تلك المنتجات والعروض من خلال طرق الدفع الإلكترونية[49].

كما ظهرت شبكة العالم الصغير SmallWorlds التى تشبه إلى حد كبير العالم التخيلى Virtual بطريقة ثلاثية الأبعاد والمتاحة على الخط المباشر عبر شبكة الإنترنت والتى تشبه الألعاب الإلكترونية - فئه لعب الأدوار المحكم متعدد اللاعبين MMOPRG، حيث وفرت لأعضائها بيئه تفاعلية من خلال ما يعرف بالمعادل أوAvatar، حيث يستطيع العضو أن يرسم شخصيته ويقوم باللعب مع الأصدقاء متقمصاً الشكل الذي رسمه لنفسه His Avatar ليتجول ويلعب ويتسوق داخل الموقع مع أصدقائه[50].

ثم يأتى بعد ذلك موقع فليكرFlickr على يد ستيورت و كاترينـاStewart and Caterina تحت رعاية شركة لودى كرب a Vancouver-based company،Ludicorp ليصبح بعد ذلك أكبر الشبكات الاجتماعية التى تركز على مشاركة الصور وتتيح لأعضائها وضع الصور وتبادلها بين بعضهم البعض، كما يعتمد بشكل رئيسى في بناء محتواه على أعضائه من خلال رفعهم لصورهم الخاصة[51].

ثم ظهر على ساحة الفضاء الإلكتروني موقع الفيسبوك Facebook عملاق الشبكات الاجتماعية في عام 2004، حيث ترجع فكرة ظهوره إلى مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg الذي أراد ان يقوم بتصميم موقع يخدم مجتمع جامعة هارفارد الأمريكية من طلبة وزملاء، بحيث يمكنهم من خلاله تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ولم تكن هناك ثمة نيه في جعله موقع تجارى أو موقع ينشر أخبار الجامعة، وإنما هدفه الأساسى في جمع شمل أصدقائه. وقد نجح مارك في نشر موقعه بين أصدقائه بالجامعة وسرعان ما انتشر الموقع حيث ذكر مارك نفسه أن نصف جامعة هارفارد أصبحوا أعضاء في الموقع بعد شهر من انطلاقه، واستمر موقع الفيسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين حتى قرر " مارك " أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، لذا فقد أتيح الموقع في عام 2005 لجميع فئات المدارس وطلبة الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 2006 وسع الموقع من انتشاره ليشمل جميع فئات المستخدمين دون التقيد بشرط، وقد كانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمى الموقع ؛ إذ بلغ عدد أعضائه 12 مليون مستخدم خلال شهر ديسمبر 2006، وفي مطلع عام 2007 شهد الموقع 40 مليون مستخدم إلى أن وصل في بداية عام 2012 إلى 700 مليون مستخدم على مستوى العالم[52].

وفي نفس العام ظهرت مواقع تجمع في خصائصها بين المدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية مثل بيتشو Piczo.com ، دودجبلDodgeball.com ، هيفي Hyves إلا أن شبكة هيفي تمثل أكبر شبكة اجتماعية في هولندا لتخدم الناطقين باللغة الالمانية على غرار شبكة

cyworld التى تخدم الـشعب الكورى حيـث احتلـت تلـك الـشبكة المرتبـة الـسابعة عـشر 17 في هولندا.

وفي عام 2005 ظهر موقع بيبو Bebo كشبكة اجتماعية عرفت بشعبيتها لما تتمتع به مـن مرونة في الاستخدام وبساطة في التصميم، فتستطيع تلك الشبكة إنشاء التواصل بين الأفراد ببعضهم البعض. هذا وتغطى تلك الشبكة عدة أماكن على مـستوى العـالم مثـل أمريكـا وبريطانيـا وأيرلنـدا واستراليا ونيوزلندا وفرنسا وألمانيا وإيطاليا وأسبانيا والهند وهولندا[53].

هذا وقد ظهرت مجموعة من المواقع في نفس العام أهمها موقـع يـاهو yahoo360 عـلى غرار موقع ماى سبيس وموقع يوتيوب الذي اهـتم بمـشاركة ملفـات الفيـديو لأعـضائه. هـذا وقـد توالت مواقع الشبكات الاجتماعية في النمو والظهور حتى الآن لتغطـى شـتى أنحـاء العـالم وتجمـع الملايين من الأعضاء.

2/4/2 الشبكات الاجتماعية العربية:

ظهر العديد من المحاولات على الصعيد العربي لتـصميم وبنـاء شـبكات اجتماعيـة عربيـة لأغراض التسلية، الترويح، الدردشة، والزواج، وربما كان أحد أسباب عدم نجاحها الكبـير هـو الـشهرة الواسعة للشبكات الاجنبية التي طغت عليها، وعدم وجود حملات إعلانية للإعلان عنهـا، ومـن تلـك الشبكات ما يلي. **ومن تلك المواقع ما يلى:**

اولاً : موقع مكتوب WWW.Maktoob.com:

يعتبر موقـع مكتـوب مـن أوائـل المواقـع العربيـة الـذي ظهـر في فـضاء الشبكة العنكبوتية حيث تأسس عام 1998 وكان على رأس فريق العمل كل مـن سـميح طوقـان وحـسام خـورى، وفـادى غنـدور واعتمـد الموقـع عـلى تمويـل

عربي، مبتدءاً نشاطه بخدمة البريد الإلكتروني ثم طور مـن أدواتـه وأضـاف التقنيـات المـستحدثة في الويب 2.0 من مدونات وشبكات اجتماعية وخدمة الملخص الوافي للمواقع. هـذا ويـستخدم الموقـع تقنيـة AJAX بالإضـافة إلى لغـات برمجيـة مثـل سى أس أس CSS، جافاسـكربت JavaScript وفي الثلاثاء من 25 أغسطس 2009 أعلنت شركة يـاهوو Yahoo العالميـة إبرامهـا اتفاقيـة لـشراء شركـة مكتوب[54] Maktoob) هذا ويبلغ عدد زائرين الموقع يومياً أكثر مـن 27 مليـون شـخص كـما أشـار إليه موقعى اليكساhttp://www.alexa.ccom ، وستيتس كروم الخاصين بتصنيف وتحليـل المواقـع على شبكة الإنترنت [55] http://www.statscrop.com .

ثانياً : شبكة إكبس ikbis.com :

ظهر هذا الموقع في نوفمبر عام 2006 من خلال شركة تووت، وهى شركة إعلاميـة مقرهـا في الأدرن ويشبه هذا الموقع في آلياتـه وبنيتـه موقـع يوتويـب الـشهير، حيـث يعمـل عـلى تبـادل، تحميل، ،مشاركة وعرْض مقاطع الفيديو التى يتم تحميلها من قِبـل الأعـضاء أو المـستخدِمين فـضلاً عن إتاحة إنشاء القنوات المختلفة التى تعد من الأقـسام الهامـة في الموقـع إذ تـسمح للمـستفيدين برفع ملفات الفيديو داخلهـا والـتحكم في ترتيبهـا وعرضـها عـلى بقيـه المـستفيدين. [56] كـما يمكـن للمستخدمين تقييم المحتويات سواء صور أو أفلام، فضلا عن تمكينهم من تضمين محتويـات الموقـع إلى مـواقعهم الشخـصية. وهـو بهـذا يقـدم دمـج لخـدمتين معـاً خدمـة فلكـر لمـشاركة الـصور الفوتوغرافية والشخصية، وخدمة يوتيوب لمشاركة مقاطع الفيديو. وقد أتاح الموقع خدمـة تحميـل المقاطع إلى الهواتف المحمولة من الإنترنت مباشرة في أبريل 2007. ولكن حاليا تقتصر الخدمة عـلى هواتف نوكيا فقط[57].

ثالثاً : أصحاب مكتوب www.ashabmaktoob.com :

ظهر موقع أصحاب مكتوب.كوم Maktoob.com في عام 2007 كجزء من موقع مكتوب حيث مثل أول موقع عربي للتواصل الاجتماعي يعمل في بيئة الإنترنت على مستوى العالم. فقد وصلت خدمات الموقع في عام 2009 إلى أكثر من مليون زائر ونصف شهرياً. هذا ويعمل الموقع على تقديم خدمات مثل : البحث عن الأصدقاء، تكوين صداقات، رفع الملفات المرئية والمسموعة، مشاركة الوسائط بين الأصدقاء، إنشاء المجموعات، كتابة التعليقات، تصميم نوافذ خاصة بكل عضو، وإمكانية إنشاء تطبيقات خاصة لكل عضو. كما حصل الموقع على جائزتين هما: أفضل موقع عربي على شبكة الإنترنت ، الجائزة الذهبية لأفضل موقع اجتماعي [58] وقد أتاح موقع أصحاب مكتوب للأعضاء الاشتراك المجانى، حيث يمكنهم تصميم وتخصيص صفحاتهم الخاصة والتى تتضمن نبذه مختصرة عنهم وصورة شخصية لهم. وفي نهايه عام 2010 وقفت شبكة أصحاب مكتوب عن العمل كشبكة اجتماعية[59].

رابعاً: موقع جيران www.jeran.com :

هو موقع عربي أردنى أطلق في نهاية عام 2007 من خلال شركة توت كروب Toot Corp [60] إذ يهدف تحقيق رؤية واحدة وهى جعل شبكة الإنترنت ذات صلة بالعالم العربي، وذلك من خلال تمكين المستفيدين وإعطائهم الأدوات اللازمة لإنشاء محتوى محلى خاص بهم. هذا وقد استمرت شبكة جيران في التطور لتصبح واحدة من أكبر بوابات المحتوى العربي في الشرق الأوسط، وتتويجًا لخدماتها فقد حصلت على ترتيب بين أعلى المواقع في العالم العربي حيث بلغ عدد أعضائها مليون ونصف مستخدم، فضلاً عن

جذب أكثر من 25 مليون صفحة شهرياً ويعمل موقع جيران على جذب الأصدقاء وإتاحة إنشاء المدونات ونشر الصور وتخزين الملفات وإدارة المحتوى العربي والتشارك بين المستفيدين في المقالات والفيديوهات وغيرها. ويتضمن موقع جيران على صفحة أصدقاء جيران التى تعتبر شبكة اجتماعية تجمع الأصدقاء وذوى الاهتمام المشترك، وتتيح كباقى الشبكات تحميل ملفات الصور والفيديوهات وعقد صداقات وحوارات وإرسال البريد الإلكتروني والدردشة الفورية [61] والموقع يشبه كثيراً في نظامه وآلية عمله موقع تويتر فعد حروف إرسال الرسائل أو ما يعرف "التغريدة" 140 حرف كما أن شعار الموقع Logo، وواجهة الاستخدام تشبه إلى حد ما شعار تويتر بالإضافة إلى شكل التصميم، كما يتميز ذلك الموقع بدعمة خاصة إرسال واستقبال التدوينات المصغره عبر الموبايل باستخدام الرسائل القصيرة SMS[62].هذا وقد أغلق الموقع وقرر إيقاف خدماته في عام 2010.

خامساً : شبكة عرب كرنش.نت arabcrunch.net :

تأسست سنة 2008 ثم أطلقت نسختها العربية في 2009 على يد غيث صقر وسرعان ما أصبحت رائدة في قطاع التكنولوجيا التكنولوجيا حيث هدفت إلى ترسيخ روح المبادرة وتكنولوجيا الإبتكار في العالم العربى من خلال تقديمها لمنصة عريضة تربط المشاركين في تكنولوجيا النظام الإيكولوجى، وفي أغسطس عام 2010 أعلنت الخارجية الأمريكية أنها ستمول المنصات الداعمة لشركات التكنولوجيا وهذا الأمر قد أزعج فريق الموقع إذ اعتبروا ذلك تدخلاً صريحاً على إدارة الموقع مما استدعى فريق العمل إلى إغلاق تلك المنصة الاجتماعية. هذا ولم يستطع الحصول على عدد زوار الموقع أو مستخدميه نتيجه لإغلاق الموقع في عام 2010[63].

سادساً : شبكة أضفنى www.adifni.com :

ظهر الموقع لأول مره على شبكة الإنترنت في عام 2008 بواسطة شركة أضفنى، حيث يقدم الموقع خدمة حفظ وتنظيم المفضلات ويقوم المستخدم من خلاله بحفظ المفضلات وعرضها. وتعتبر المملكة العربية السعودية من أكثر الدول استخداماً وإفاده من تلك الشبكة حسب ما أشارته إحصائيات موقع http://www.statscrop.com وبالرجوع إلى شبكة أضفنى على الإنترنت تبين أن ذلك الموقع يخضع الآن إلى التطوير وأن النسخة الإلكترونية المتاحة هى نسخة تجريبية[64].

سابعاً : شبكة ثبّت http://thabbet.com

وهو موقع تابع لمجموعة من الشباب الأكاديميين العرب من مختلف الدول العربية والمتخصصين في عدة مجالات، ويصنف هذا الموقع ضمن المواقع الاجتماعية الإخبارية إذ يعد وسيلة لحفظ الأخبار المفضلة معتمداً على مشاركة الأعضاء والتحكم الكامل بمحتوياته من خلال إضافة الأخبار والتأثير على ترتيبها عن طريق التصويت، ولا يعتبر الموقع قناة للأخبار الأصلية، بل وسيلة للإطلاع على الأخبار السياسية والرياضية والترفيهية وغيرها، من مصادر متعددة عربية وغير عربية، وبما أن الخبر لا يكتمل إلا بمناقشته بين الأعضاء، يوفر الموقع الوسيلة لمناقشة لكل خبر وبناء صداقات بين الأعضاء من نفس الاهتمامات[65].

ثامناً : شبكة قول قال http://thabbet.com

ظهرت هذه الشبكة في عام 2007 لخدمة المجتمع العربى حيث تقدم الأخبار، القصص، الروابط، أفلام الفيديو، والصور التى يقوم الأعضاء

باختيارها وتقديمها. والتصويت عليها دون أى تدخل من إدارة الموقع[66]. هذا ولم يتم الحصول على معلومات أخرى عن الموقع بسبب أغلاقه.

تاسعاً : شبكة مكة http://macca.com

هو أوَّل شبكة اجتماعية تهدف لخِدمة الشباب المسلِم حولَ العالَم، وتعمل على إيجاد أرضية مشتركة للتواصُل وتبادل الأخبار، سواء على المستوى الشخصى أو المهني بيْن مجتمع الشباب المسلِم، ويُعتبَر الموقع نفسه حائطَ صدٍّ ضد الحملات التي تشنُّها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى، مثل: الفيسبوك، ماى سبيس والتي لا تتوافق مع القِيَم الإسلامية[67].

ومن العرض السابق يتضح لنا أنَّ هناك شبكات اجتماعية عربية يستخدمها المستخدِم العربى، ويتفاعل معها، ولكن لا ترْتقى إلى المنافسة العالَمية، أو على الأقل الاقْتراب من المنافسة، فمُعظم هذه الشبكات نِطاقها محلِّي، أو إقليمى على الأكثر، ولا تضع نصب أعينها أى تخطيط للانتشار أو التوسُّع على المستوى العالمى، ومنافسة مواقع الشبكات العالمية، ومِن جِهة أخرى - وعلى المستوى الإقليمى – فإن المستخدمين العرب من الشباب لهم احتياجات يجب أن تدركها وتوفرها تلك المواقع، فاستخدام الشباب العربى لشبكات عالمية - كما ذكرنا - وما تقدِمه تلك الشبكات مِن خدمات وتطبيقات، يجعل مجرد تجربة أو استخدام أى موقع اجتماعي آخَرَ أمرًا صعبًا، إلا إذا توافر عدد من المقومات الفنية، أو الخِدمات والأفكار الإيجابية على المستويين: الاجتماعي والثقافي، والتقنى والخدمى، والتى يمكن مِن خلالها أن يداوم المستخدم العربى على استخدام مواقِع الشبكات العربية.

بالإضافة إلى ذلك فإنَّ عددًا من هذه المواقِع الاجتماعية العربية فقَدتْ سلطة الرقابة على جودة المحتوى المعروض - شكلاً ومضمونًا - فكما

وجدْنا أنه على المستوى العربى يُوجَد عـددٌ مـن مواقـع الـشبكات الاجتماعيـة، ولكنَّهـا فقـيرة تقنيًّـا وتكنولوجيًّا؛ مـما يجعـل المـستخدِمَ العـربى لا يتفاعـل معهـا، ويتوجَّـه إلى الـشبكات العالميـة ذات الجَوْدة والتقنية العالية.

هذا وقد يعود ضعف انتشار الشبكات الاجتماعية العربية إلى عدم وجود حملات إعلانية للإعلان عن هذه الشبكات، أو عدم وجود خدمات تميزها عن غيرها من المواقع، أو حتى عـدم ثقـة المستخدم العربي بهذه الخدمات وقوتها، ولكن من المؤكد الصفة المشتركة التى تجمع كل الـشبكات الاجتماعية العربية هى ضـعف مـشاركة المـستخدم العـربى. ومـا يثـير الاهـتمام أن أكـبر الـشبكات الاجتماعية العربية وهو أصحاب مكتوب ، والذي تأسس عـام 2007 بلـغ عـدد أعـضاؤه 600 ألـف عضو في عام 2009، ولكن بنظرة عـلى إحـصاءات موقـع الــفيس بـوك نلاحـظ أن في منتـصف عـام 2009، وقبيل إطلاق اللغة العربية على الـفيس بوك بشكل رسـمي، بلـغ عـدد المـستخدمين العـرب 22.1 مليون مستخدم، وبعد عام ونصف العام من انطلاق اللغة العربية نجـد أن العـدد أصـبح 55 مليون مستخدم بنسبة ارتفاع تبلغ 150%، حسب موقع كومسكور للإحصاءات.

كما أن ضعف تلك المواقع يقع على عاتق المبرمجين حيث تكمن المـشكلة في أن المبرمجين يقومون بما يسمى عملية الاستنساخ، حيث يقوم المبرمج بعمل نسخة مـشابهة تماما لبعض المواقع العالمية التي أثبتت نجاحها ؛ وذلك لأن هدف المبرمج هو نقـل هـذا النجاح إلى المنطقـة العربيـة، لكـن مـا يتغافلـه المستنـسخون أننـا نـتكلم عـن منطقـة الشرق الأوسط، والتى لها احتياجاتها الخاصة، وطريقة تفكيرها، ولغتها التي تميزها عـن غيرها. وللإنصاف تعتبر اللغة العربية من اللغات التى يـصعب التعامـل معهـا مـن قبـل

المبرمجين والمطورين، ولكن كون هذه الشبكات تستهدف المستخدم العربى، فهذا يعني أن اللغة يجب أن تكون في أعلى مستوياتها، ودائما ما نرى المواقع والشبكات الاجتماعية باللغة العربية الفصحى، ولكن بما أن الشبكات الاجتماعية تحاكى فئة الشباب، فقد تكون إحدى الأفكار أن يتم إنشاء الشبكات الاجتماعية بخاصية تعدد اللغات، وإضافة ترجمات خاصة باللهجات العربية المتنوعة، وبذلك تكون قد تميزت بشيء إضافي عن باقى المواقع الاجتماعية العالمية.

من العرض السابق لمواقع الشبكات الاجتماعية العالمية والمواقع ذات الطابع العربى يتضح لنا بعض النقاط التى نلخصها في الآتى :

أ- ظهرت مواقع الشبكات الاجتماعية وطورت من آلياتها وتطبيقاتها بما يتناغم مع الخدمات المقدمة عبر الأجيال المختلفة للويب فضلاً عن تطورها الملحوظ لمواكبة كل ما يطرأ من التقدم التكنولوجى.

ب- جذبت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ الوهلة الأولى لظهورها عدد ضخم من المستفيدين على شبكة الإنترنت مقارنة بأى موقع آخر لدعمها فكرة أن شبكة الإنترنت آداة فعالة للتواصل الاجتماعي بين البشر.

ج- أخذ العالم الغربى دور الريادة في تصميم مواقع الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم.

د- أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية ظاهرة هامة يشترك بها عدد كبير من مستخدمين شبكة الإنترنت وهو ما يجعلنا ننظر إليها بعين الإعتبار بوصفها مصدرًا من مصادر المعلومات الحيوى وظاهرة تستحق الدراسة والتحليل والتقييم.

هـ- هناك العديد من المواقع العالمية والمحلية العامة التى تحولت إلى شبكات اجتماعية لتخدم جمهور عريض من المستفيدين.

و- أنفردت مجموعة من المواقع الاجتماعية مثل الفيسبوك، تويتر، ماى سبيس بشعبية عالية وجذبت إليها الأنظار منذ ظهورها حتى الآن ؛ بسبب المجانية، كثرة التطبيقات المتضمنة، سهولة الاستخدام ...إلخ.

ز- ظهرت العديد من المحاولات العربية لبناء وتصميم شبكات اجتماعية عربية ولكنها لم ترتقى إلى مستوى الشبكات الاجتماعية العالمية وبالتالى لم تثبت نفسها بالشكل المناسب في التواجد الإلكتروني على شبكة الإنترنت، ولا تزال تحتاج إلى تطوير واهتمام في تصميمها وبرمجتها.

مصادر الفصل الثانى

1- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B.(2007). Social network sites : Definition، history، and scholarship .Journal of Computer - Mediated Communication، **Retrieved From :**

http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html،10-1-2010

2- Brock، Vicky. (2007) . An introduction to Online Social Networks : What are they and Way do they Matter to Business ? .- Highland Business Research ، p1.

3- Priem، Jason & Hemminger، Bradley M. Scientometrics 2.0 : toward new metrics of scholarly impact on the social web .- First Monday، Vol. 15، No.7،.- Retrieved From :.

http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2874/2570

4- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B.Ibid.

5- http://www.abc-clio.com/ODLIS/searchODLIS.aspx. 11-1-2011

6- http://www.britannica.com/bps/search?query=network11-1-2011

7- American Marketing Association (2008).MySpace، Your Space and Their Space : Connecting with your Customers in online Social Networks. P7.

8- أمانى جمإلى مجاهد(2010). الشبكات الاجتماعية العربية في بيئة الويب 2.0 .- الملتقى العربى الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات : الجيل الثانى للويب وتأثيره على قطاع المكتبات والمعلومات (ورقة عمل) ص4.

9- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B. Ibid

10- Leonard، A .(2004). You are who you know . Salon.com Technology. Retrieved From:

http://www.salon.com/tech/feature/2004/06/15/social_soctware_one

11- Mew، Lionel Q. L.(2009).Online Social Networking :a task-person technology fit perspective\ directed by William H. Money.(PhD. Dissertation.) School of Business، George Washington University. 295p.

12- Kay، Russell. (2007). QuickStudy: Online Social Networks .- Computerworld ، Available at:

http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=302652

13- محمود عبد الستار خليفة. (2009). الجيل الثانى من خدمات الإنترنت : مدخل إلى دراسة الويب 2 والمكتبات. Cybrarians journal. 2 ، ع 18. استرجع من خلال :

http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=382:-20-20-&catid=141:2009-05-20-09-52-31&Itemid=59

14- http://www. Match.com/match/AboutUs.aspx 10-1-2012

15- أمانى جمال مجاهد. استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة .- دراسات المعلومات .- ع8 ، مايو 2010م. ص8 استرجع من :

http://www.informationstudies.net/images/pdf/86.pdf

16- Pallis، George.،(et al). (2011) Online Social Networks : Status and trends . New Directions in Web Data Management . Heidelberg : Springer-Verlag Berlin Heidelberg. P213.

17-   مهـا عبـد المجيـد (2008). المجتمعـات الافتراضـية عـلى شـبكة الإنترنـت : آليـة للتـشبيك أم للتفتيت الاجتماعي . المجلة الاجتماعية القومية . مج45، ع 3 (سبتمبر 2008). ص 98.

18-   نفس المرجع السابق. ص 99.

19- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B..Ibid.

20- Ibid

21- وليد رشاد زكى (2010). الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهـم . مجلـة الـسياسة الدوليـة. ع1 ، (ابريل 2010) ص 55.

22- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B..Ibid.

23- Ibid

24- Huang، Yogjian (2009). Supporting Meaningful Social Networks .-university of Southampton: Yogjian.-Phd، p11.

25- Ibid

26- http://www.care2.com/aboutus/

27-http://www.quantcast.com/p-f3U7oBPZrSNpQ?country=GLOBAL

28- http://www.livejournalinc.com/aboutus.php

29- http://www.blackplanet.com/ 17-5-2011

30- Skog، Daniel .(2004)" THEY REALLY WANT YOU TO WRITE DOWN WHO YOU ARE" The Disclosure of Private Information At Lunarstorm.-IADIS International Conference Web Based Communities ،pp1-2

31- Elm، Malin Sveningsson (2009). "Teenagers Get Undressed on the Internet" Young People's Exposure of Bodies in a Swedish Internet Community.- *Nordicom Review* 30 .- p 88

32- http://www.asianave.com/

33- Byrne ، Dara N. (2008)“The Future of (the) “Race”: Identity، Discourse، and the Rise of Computer-mediated Public Spheres.”.- Learning Race and Ethnicity.-Cambridg;MA:The MIT Pres،p16

34- Park، Minji، Kim،Jihye .How does Cyworld and Personal Networking Communities Effect People’s Communication and Relationships? P1.

35- Powell، Guy R.(2001). Roi of Social Media : How to Improve The Return one your Social Marketing Investment. Asia: John Wiley & sons ،2011.

36- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B. (2007). Social network sites : Definition، history، and scholarship. Journal of Computer - Mediated Communication، 13(1)، article 11. Retrived from : http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html

37- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B.Ibid

38- Boyd، danah. (2004) "Friendster and Publicly Articulated Social Networks." *Conference on Human Factors and Computing Systems* (*CHI 2004*). Vienna: ACM، April. P3-4

39- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B..ibid

40- http://www.molglobal.net/products-services/media services/friendster/

41- http://www.fotolog.com/

42- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B..ibid

43- Vakali، A. & L.C.Jain (Eds.) (2001):New Directions in Web Data Management .- Heidelberg: Springer- Verlag Berlin، p 222.

44- ibid.p223

45- Vakali، A. & L.C.Jain (Eds.).ibid

46- http://www.last.fm/about

47- http://www.orkut.com/Main#About.aspx

48- http://www.dogster.com/about/#

49- http://multiply.com/info/about

50-http://www.smallworlds.com/login.php?login=true،false

51- http://www.flickr.com/about/

52- هبة محمد خليفة (2010.) دور الشبكات الاجتماعية في التنمية المهنية لأخصائى المكتبات والمعلومات : دراسة مسحية ميدانية لموقع الفيس بوك كنموذج للشبكات الاجتماعية .- الملتقى العربى الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات ، 27-28 يوليو 2010، ص39.

53- http://www.bebo.com/c/about

54- أمانى جمإلى مجاهد(2010). الشبكات الاجتماعية العربية في بيئة الويب 2.0 .- الملتقى العربى الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات : الجيل الثانى للويب وتأثيره على قطاع المكتبات والمعلومات (ورقة عمل)، ص23.

55- http://www.statscrop.com/www/yahoo.com.

56- http://ikbis.com/help?topic=about_ikbis

57- أمانى جمإلى مجاهد.(2010). مرجع سابق، ص23

58- حسين فاروق.(2010). الشبكات الاجتماعية العربية : نظرة تقيمية. الألوكة الثقافية. استرجع من :

http://www.alukah.net/culture/0/23781

59- أمانى جمإلى مجاهد.(2010). مرجع سابق، ص23

60- حسين فاروق.(2010). مرجع سابق.

61- أمانى جمإلى مجاهد.(2010). مرجع سابق، ص23

62- حسين فاروق.(2010). مرجع سابق.

63- Fisher، Betsy.(2010). Jordan: The ArabCrunch Controversy Continues. GlobalVoice. Retrived From :

http://globalvoicesonline.org/2010/10/18/jordan-the-arabcrunch-controversy-continues/

64- **www.adifni.com**

65- هند الخليفة.(2007). ست شبكات اجتماعية عربية لترشيح المحتوى ونـشْر الأخبـار. جريـدة الرياض السعودية. ع14294 . استرجع من:

http://www.alriyadh.com/272177

66- نفس المرجع السابق.

67- حسين فاروق.(2010). مرجع سابق.

الفصل الثالث

فئات وخصائص الشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية

0/3 تمهيد

يعالج هذا الفصل بعضًا من فئات مواقع الشبكات الاجتماعية والتقسيمات المختلفة لها بالإضافة إلى الخصائص تلك الشبكات والخدمات التى تقدمها لمستفيديها ومن ثم معماريتها.

1/3 فئات الشبكات الاجتماعية Categories Online Social network:

إن فرط انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية قد خلق أنواعًا عديدة من تلك الشبكات ؛ مما نتج عنه تنوع في أسس تقسيم مواقع الشبكات الاجتماعية في أدبيات الإنتاج الفكرى المتعلق بذلك الموضوع، فتقسم حسب التقنية الفنية التى تبنى عليها، أو، حسب جنسية الأشخاص حيث أن هناك العديد من الشبكات التى تنتمى لأماكن بعينها ولأعراق ولأجناس خاصة، أو، على أساس

الاهتمام الموضوعى لها، أو، على أساس المحتوى الخاص بها، وبصفة عامة يمكننا أن نستعرض التقسيمات المختلفة للشبكات الاجتماعية في الآتى:

أولاً : تقسيم كازينكو وموسيال Kazienko،[1] Musial :

قدم كل من كازاينكو وموسيال إطارًا نظريًا لتصنيف مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من وجهة نظرهما ، حيث أشارا إلى أن تصنيفهما هذا يغطى العلاقات التى تنشأ نتيجة البناء الشبكى للكيانات من جهة و تقنيات الاتصال المختلفة بين الأفراد من جهة أخرى ، على الوجه التالى :

أ- **شبكات مكرسة لخدمة هدف معين :** تهتم تلك الشبكات بخدمة أغراض مجتمعية معينة مثل(شبكات التعارف والزواج ، الشبكات تجارية ، شبكات للصداقة ، شبكات للخريجين ، شبكات للتسلية والترفيه).

ب- **شبكات غير مباشرة Indirect Networks:** وهى تلك الشبكات التى لا تقدم خدمات مشابكة بين أقرانها بصورة مباشرة، وإنما الخدمات التشابكية تعتبر إحدى خدماتها مثل : خدمة التواصل المقدمة من البريد الإلكتروني، برامج الاتصال على الخط المباشر، وأدلة المتصلين على الإنترنت والمعروفة Book Address.

ج- **شبكات الأنشطة المشتركة Common Activities Networks:** تحرص تلك الشبكات على نشر المعرفة بين أفراد المجتمع المدنى وتقليل الفجوة المعرفية بينهم مثل : الشبكات التى تهتم بنشر الأبحاث العلمية المنشورة لخدمة المجتمع، والشبكات التى تنظم المؤتمرات والندوات التى ترعاها المنظمات الدولية.

د- **الـشبكات المحليـة local Networks** : يتمحـور دور هـذه الـشبكات في تلبيـة احتياجـات المجتمعـات المحليـة التـى تـرتبط بنطـاق جغـرافي مـشترك مثـل الـشبكات التـى تخـدم الأشخاص القاطنون في مناطق جغرافية متجـاورة ، وأفـراد العائلـة الواحـدة ، والمـوظفين العاملين بنفس الشركة أو ذات القطاع.

هــ- **شـبكات الـروابط التـشاعبية Hyperlink Networks** : وتعـد تلـك الـشبكات ليـست كنظيراتها من الشبكات سالفة الذكر، حيث ترتبط تلك الـشبكات بـشبكة الـروابط التـى تنشأ بين صفحة المستخدم الرئيسية وبين الصفحات الأُخرى.

ثانياً : تقسيم شركتى كليكس ولينكس Clicks and Links لخدمات تكنولجيا المعلومات(2):

أوضح التقرير الذي نشرته شركة Clicks and Links لخـدمات تكنولوجيـا المعلومـات أن مواقع الشبكات الاجتماعية قد تقسم بطرق عدة، إما على أساس الشكل المـادى لهـا أو عـلى أسـاس الفئة الموضوعية التى تخدمها أو من خلال الخدمات المتاحة من خلال الموقع لمستفيديه ...إلخ. هذا ويمكن أن نشير في ذلك **التقسيم إلى الآتى :**

أ- **الشبكات الاجتماعية الشخصية Profile-Based Social Networks :**

تعتبر تلك الفئة الأكثر شهرة وانتشارًا بين مواقع الشبكات الاجتماعيـة المتاحة على الإنترنـت، وقـد سـميت بـذلك الاسـم نظـرًا لأن خدمـة الـصفحة الشخصية Profile هى الأساس في بنائها، فمـن خـلال تلـك المواقـع يـستطيع العضو إنشاء وتطوير صفحته الافتراضية بالشكل الذي يراه ملائمًـا لـه. وتمثـل

تلك الصفحة تعبيراً عن هويتـه وتمثـيلاً لأرائـه وأفكـاره التـى تـدور في خلـده بـشكل دائـم، حيـث يستطيع من خلالها المـساهمة الفعالـة والتواصـل الاجتماعـي بـين أصـدقائه بـشتى الطـرق ككتابـة التعليقات النصية ، ومشاركة الروابط الشخصية، وملفات الفيديو، وإتاحة ملفات الـصور الشخـصية والمناسبات الاجتماعية بشكل منظم لخلق حياة اجتماعية ناجحة. هذا وقد نجحـت المواقـع نفـسها في مـشاركة محتوياتهـا مـع بعـضها الـبعض وخـير مثـال عـلى ذلـك موقـع الفيـسبوك الـذي سـمح للمستخدم أن يضع رابطه Link لملف فيديو من موقـع اليوتيـوب عـلى صـفحته الافتراضـية داخـل موقع الفيسبوك وتسمى هذه الخاصية في تقنيات الويب2 خاصية المزج، ومن أشهر الأمثلة الخاصـة بتلك الفئة موقع ماى سبيس، موقع الفيسبوك، وموقع بيبو.

ب- **الشبكات الاجتماعية ذات المحتوى Content-Based Social Networks:**

يقصد بالمحتوى في هذا السياق الشكل الذي صبت فيه المعلومات المتضمنة بـالموقع مثـل (الصور – ملفات الفيديو - أوعية المعلومات ... إلخ) ومن أمثلة تلك الفئة موقع فليكـر الـذي يهـتم بمشاركة الصور بين المستخدمين وإمكانية تدوين التعليقات المناسبة لها.

ومن أمثلة تلك الفئات موقع شيلفرى Shelfari الذي يسمح للقـراء وعاشـقى الكتـب بالمشاركة والانخراط مع المجتمع الافتراضي الرقمي، ونشر ناتج ميـولهم الأدبى بـين الجميـع، كـما يقوم الموقع بحصر المـؤلفين المرمـوقين الـذين يجمعـون بـين الدقـة العلميـة والرصـانة وجـودة الأسلوب، فضلاً عن غزارة الإنتاج والمؤلفـون المبتـدئون، والنـاشرون، وعاشـقوا الكتـب والقـراءة، وجمع تلك الفئات في مكان واحد ليسهل عملية التواصل الاجتماعية بيـنهم وبنـاء مجتمـع يـتم

فيه تبادل الآراء والأفكار، كما يهدف الموقع إلى تحسين الخبرات القرائية من خلال قنوات الاتصال المتمثلة في المحادثة الفورية والبريد الإلكتروني، ويمكن أن نستعرض الخدمات التى يوفرها الموقع لأعضائه على النحو التالى[3]:

- بناء معرض للكتب الخاصة بكل عضو وعرضها بالموقع.

- استعراض أكثر الكتب شهرة بين رواد الموقع.

- تقييم أوعية المعلومات التى حظيت بالإقبال من جانب رواد الموقع.

ج- **الشبكات الاجتماعية ذات التسمية البيضاء White-label Social Networks** :

وتعرف أيضاً باسم التفاعل الاجتماعي عبر استخدام تقنية التطبيقات الحرة على الإنترنت حيث تقدم تلك الفئة من الشبكات فرصة للمستخدمين في إنشاء أو الانخراط في مجتمعات افتراضية تعرف بـ mini-MySpace's فمن خلال تلك التطبيقات البرمجية الحرة مفتوحة المصدر عبر الإنترنت يستطيع الفرد أن ينشئ عالمه الافتراضي ويتحكم في الإعدادات الخاصة به، وإضافة الأصدقاء وضبط الإعدادات اللازمة لهم وتحديد الصلاحيات الخاصة بهم وإدارة حسابات الأعضاء، ووضع رتب خاصة بكل منهم. مما يعطى الفرصة لكل فرد أن يتحول من دوره مشاركًا في المجتمع إلى شخص يصنع مجتمع ويتشارك مع أفراده اهتماماته وأنشطته ... إلخ.

د- **البيئات التخيلية متعددة المستخدمين Multi-User Virtual Environments:**

ومن أبرز تلك البيئات بيئة الحياة الثانية Second Life وهو عالم تخيلى Virtual ثلاثى الأبعاد متاح على الخط المباشر عبر شبكة الإنترنت يشبه إلى حد كبير الألعاب الإلكترونية – فئه لعب الأدوار المحكم متعدد

اللاعبين MMOPRG ، يـوفر لقاطنيـه بيئـه إنغماريـة An Immersive Environment يمكـنهم داخلها التفاعل بحرية، وهو بذلك يتجاوز مفهوم اللعب إلى إتاحة الفرصة للأفراد من مختلف أنحاء العالم كى يبنوا نماذج لأشياء ويجروا تطبيقات متعددة كيفما يترائى لهـم، كـما يـستطيعون مـن خـلال معادليهم Avatars ممارسة أنشطة وأعمالاً داخل العالم التخيلى قد تتـصل بـشكل أو بـأخر بالعـالم الواقعي أو تكون قاصرة فقط على التخيل[4].

هـ- الشبكات الاجتماعية المحمولة Mobile Social Networks :

اتجهت معظم الشبكات الاجتماعية في الآونة الأخيرة بإتاحة خدماتها عبر أجهزة التليفـون المحمولة نظراً لما تتمتع به التكنولوجيا الجوالة من مزايا تساعد على التواصل الآنى بين الأفراد، حيث تسمح لمستخدمى الأجهزة المحمولة بـالولوج إلى حـساباتهم الشخـصية مـن خلالهـا، ولعـل مـوقعى الفيسبوك، بيبو من أكثر المواقع إتاحة لتلك الخدمات.

و- مواقع البحث الاجتماعي Social Search :

أدى انتشار آلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنـت إلى ظهـور مواقـع خاصـة بالبحث داخل الشبكات، فقد سـميت هـذه المواقـع بالبحـث الاجتماعـي حيـث تخـدم الأعـضاء في البحـث عـن أشـخاص بعيـنهم داخـل الـشبكات الاجتماعيـة مـن خـلال البحـث داخـل الحـسابات الشخصية في مختلف المواقع، ويمكن للمستفيد البحث باسم شخص ما أو هوياته أوموقعه الجغرافي أو أية معلومات أخرى مسجلة في الحساب الشخصى المراد البحث عنه ومن أمثلة تلك المواقع موقع وينك www.wink.com، وموقع سبوكيو www.spokeo.com.

ز- **المدونات المصغرة / سريعة التحديث - Blogging/Micro Presence Updates:**

يسود بين أوساط مستخدمى الإنترنت بصفة عامة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة ظاهرة التدوين المصغر الذي يأخذ شكل الرسائل الصغيرة، حيث يسمح للمستخدمين بنشر تفاصيل حياتهم اليومية على شبكة الإنترنت، و يُمكن هذا النوع من الشبكات المستفيد من الاتصال الدائم بأصدقائه ولا يجعله يعيش بمعزل عن غيره ومن أمثلة تلك المواقع موقع تويتر ، وموقع واين www.wayn.com

ح- **المنتديات المحلية Local Forums :**

على الرغم من التشابه الكبير بين تلك الفئة وبين مواقع الشبكات الاجتماعية في خصائصها وأهدافها إلا أن معظم الكتابات المتعلقة بمواقع الشبكات الاجتماعية لا تدرج تلك الفئة معها، ويرجع ذلك إلى سببين رئيسيين؛ أولهما إختلاف طبيعة تقنيات قنوات الاتصال بينهم، وثانيهما عدم قدرة المنتديات في إظهار العلاقات المباشرة وغير المباشرة الرابطة بين المستفيدين وبعضهم البعض، ومن أمثلة تلك الموقع على سبيل المثال لا الحصر www.eastserve.com, www.onsnetnuenen.nl.

ط- **الشبكات الاجتماعية الفئويه Thematic:**

هذه الشبكات بنيت لتجميع المجالات ذات الاهتمامات المشتركة معًا، فضلاً عن إعطاء الفرصة لأولئك الأشخاص ذوى الاهتمامات المشتركة الانخراط معًا في الحياة الاجتماعية الافتراضية، والأمثلة الخاصة بتلك الفئة كثيرة جدًا، ولكن يعد موقع نيتممس من أبرزها www.netmums.com والذي يهدف إلى انشاء شبكة تربط الأمهات في بريطانيا ببعضهم البعض

لتبادل الآراء من خلالها، والتوصيات والمعلومات الخاصة بمدارس أولادهم، وأهم النصائح الخاصة بحديثى الزواج لجعلهم سعداء وناجحين في تكوين رابطة أسرية في المستقبل، ومن المواقع الرائدة أيضًا موقع ديفجيتواى www.deafgateway.info الذي يعمل كمنصة عريضة لتجميع العاجزين عن الرؤية (المكفوفين) في مكان واحد ليتواصلوا مع بعضهم حتى لا يعيشوا بمعزل عن غيرهم.

ثالثاً : تقسيم فيكى بروك [5]:

أشارت فيكى بروك Vicky Brock في تقريرها أن **مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن ان تقسم إلى فئات هى :**

أ- **مواقع موجهة للترفيه Leisure Oriented Sites :** وهى تلك المواقع التى يستخدمها المستفيدون لأغراض التسلية وبناء التجمعات الشخصية مثل ماى سبيس، الفيسبوك، فريندستر، بيبو، اوركت، ويندوزلايف سبيسWindows Live Space.

ب- **مواقع المشابكة المهنية Professional Networking Sites** وهدف تلك الشبكات توظيفي بحت، حيث تقوم بتشجيع الشباب على العمل عن طريق إتاحة فرص العمل والإعلان عنها مثل لينكدإن LinkedIn .

جـ- **مواقع لمشاركة الوسائط المتعددة Media Sharing Sites:** وتركز تلك المواقع على تبادل المحتويات ذات الأشكال المتعددة (ملفات الفيديو – الصور) مثل فليكر، اليوتيوب.

د- **مواقع التجمع الافتراضي Virtual Meeting Place Sites** : وهو عالم افتراضى يبنى ويتملك من خلال مستخدميه، حيث يستطيع أن يعيش العالم الحقيقى ولكن في شكل افتراضى، حيث يمر بمراحل التعليم

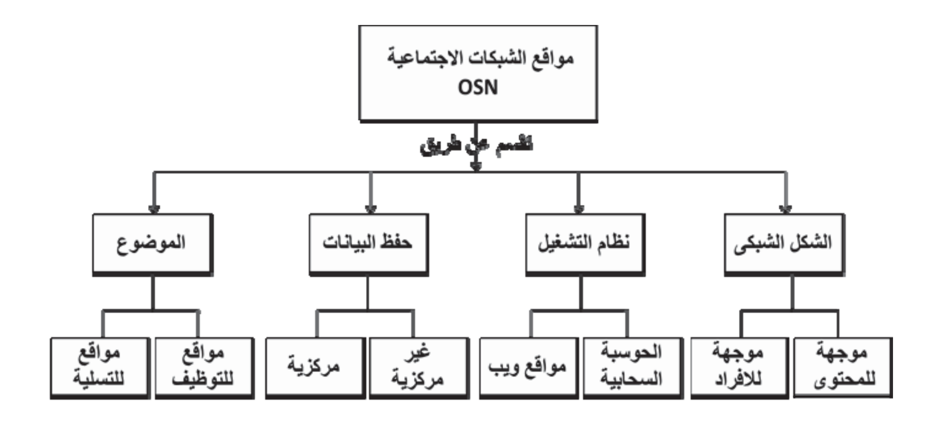
المختلفة ويعمل ويكسب قوت يومه ويتعرف على آخرين ويسافر عبر شاشة الكمبيـوتر مثـل . Disney.s Toontown، Habbo Hotel، There،Second Life

هـ- مواقع حشد الالعاب المتاحة عـلى الخـط المبـاشر Massively Multiplayer Online Games :

تسمح هذه المواقع للاعبيها بالتفاعل، والمـساهمة، والمنافـسة بيـنهم عـلى نطـاق واسـع مثـل . Lineage 2 and Everquest،World of Warcraft

رابعاً : تقسيم جورج باليس George Pallis وآخرون[6]:

ذهب جورج باليس إلى تصنيف الشبكات الاجتماعية إلى عـدة قطاعـات تعكـس وتغطـى الجوانب الرئيسية لتلك الشبكات. وكما هـو واضـح مـن الـشكل (11) فقـد قـسمها إمـا مـن خـلال موضوعها، أو طريقة حفظ بياناتها، أونظم تشغيلها، أو الشكل الشبكى لها.



شكل (11) يوضح تقسيم مواقع الشبكات الاجتماعية

أ- **التقسيم الموضوعى للشبكات الاجتماعية وتنقسم إلى :**

- **الشبكات الترفيهية :** معظم مواقع الشبكات الاجتماعية مكرسة للتسلية والترفية، وهذا النوع يساعد مستخدمى الإنترنت على التسجيل في تلك المواقع بغرض التسلية والترفيه والمرح والتفاعل. ومواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر شعبية وانتشارًا تركز على التسلية والترفيه بشكل كبير مثل الفيسبوك وماى سبيس هاى5 وفليكر.

- **شبكات التوظيف :** في هذه الفئة ، تركز المواقع على إنشاء قنوات للاتصال بين المهنيين من أصحاب الشركات والموظفين وأولئك الذين يسعون إلى الإلتحاق بسوق العمل أو التنقل الوظيفي. حيث ينشئ الأعضاء حسابات شخصية تدرج بها ملخص عن عملهم ، خبراتهم ، إنجازاتهم ، ومؤهلاتهم.

ب- **التقسيم على حسب طريقة حفظ البيانات وتنقسم إلى :**

- **شبكات مركزية :** حيث تخزن البيانات داخل مواقع الشبكات الاجتماعية المركزية بشكل متجانس داخل(قطاعات، خوادم) وتحت نطاق إدارى واحد. وتعد هذه الطريقة هى الأكثر شيوعًا في معظم الشبكات الاجتماعية. وبرغم ذلك إلا أن مشاكل ذلك الأسلوب تكمن في صعوبة حماية الخصوصية مع قابلية الموقع للتوسع في ضوء إزدياد حجم تطبيقات الأعضاء.

- **شبكات غير مركزية :** توزع البيانات في الشبكات الاجتماعية غير المركزية عبر عدة نطاقات إدارية من خلال خوادم التطبيقات Application Servers التى تسمح للمستخدمين بتشغيل البرامج الموجودة على الخادم من أجهزتهم دون الحاجة إلى تخزينها أو

تحميلها، ولكنهم يستطيعون تخزين نتائج عملهم فقط على تلك البرامج، ويعمل ذلك النظام من خلال نظم سطح المكتب (نظام الند للند) المملتكة للافراد.

جـ- التقسيم على حسب نظم التشغيل وتنقسم إلى :

- **الشبكات المرتكزة على بيئة الويب :** وهى تلك الخوادم التطبيقية المستضافة بواسطة مواقع الويب التى تقدم مجموعة من الخدمات والتطبيقات.

- **الشبكات المعتمدة على البيئة السحابية :** وهى تلك المواقع التى تعتمد في بيئاتها على خدمات الحوسبة السحابية *حيث يخزن كل مستفيد بياناته في جهاز واحد افتراضى يسمى الخادم الافتراضي ويتم صنع التطبيقات وإتاحتها عبر ذلك الجهاز.

د- التقسيم على حسب الشكل الشبكى وتنقسم إلى :

- **شبكات موجهة للأفراد :** وتركز تلك الفئة من مواقع الشبكات الاجتماعية على بناء شبكة من العلاقات الاجتماعية ومشاركة المحتوى بين الأعضاء ذو الاهتمامات المشتركة سواء في المجتمعات المتجانسة أو غير المتجانسة مثل الفيسبوك ، ماى سبيس ، ولينكيد ان.

- **الشبكات ذات المحتوى الموجه :** وهذه الشبكات لا تضع في أولوياتها إنشاء علاقات اجتماعية ولكن تهتم في الأساس بالاهتمامات المشتركة، ومن أمثلة تلك الشبكات: المدونات، شبكات الرد على الإستفسارات، وشبكات رفع ملفات الفيديو.

---

* تعرف الحوسبة السحابية بأنها نقل عملية المعالجة من جهاز المستخدم إلى أجهزة خادمة عبر الإنترنت، وحفظ ملفات المستخدم هناك، ليستطيع الوصول إليها من أي مكان وأي جهاز، ولتصبح البرامج مجرد خدمات، وليصبح كومبيوتر المستخدم مجرد واجهة أونافذة رقمية. وغالبا ما تستخدم الأجهزة الخادمة تقنيات الأوساط الافتراضية للسماح لعدة مستخدمين باستخدام الخدمة ذاتها

2/3 خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية :

تتشابه مواقع الشبكات الاجتماعية مع الأشكال المختلفة من تقنيات الإعلام الاجتماعي والمجتمعات الافتراضية التى ترتكز على أجهزة الحاسب في عملية الاتصال ، ولكن ما يميز تلك الفئة من مواقع الإنترنت اعتمادها على مجموعة من الخصائص في بنائها تسمح للمستفيدين منها بتقديم لمحة عامة أو شبه عامة عن حياتهم في ضوء ما يوفره الموقع من بيانات، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال. هذا وتختلف تلك الخصائص والوظائف الشبكية من موقع لاخر ولكن يمكن ان نستعرض **اهم تلك الخصائص في الآتى :**

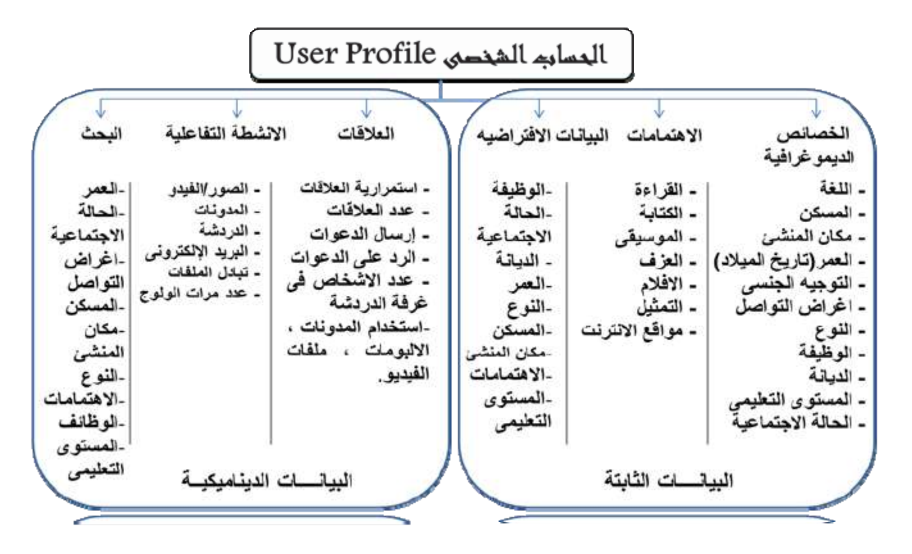
أولاً : الحساب الشخصى [7] User Profile:

يُعرف الحساب الشخصى بأنه مجموعة السمات والخصائص المتعلقة بكل فرد والتى تميزه عن غيره داخل الفضاء الإلكتروني، حيث يتكون الملف الشخصى كما هو موضح في الشكل (12) **من كل من :**

أ- **البيانات الثابتة Static Data :** وهى تلك البيانات التى يدرجها المستفيد منذ الوهلة الأولى للتسجيل داخل الموقع، والتى تتمثل في البيانات الديموغرافية، والاهتمامات، والبيانات الافتراضية ؛ حيث لايسمح للقائمين على الموقع التغيير فيها أو تحريرها مرة أخرى.

ب- **البيانات الديناميكية Dynamic Data:** وهى تلك البيانات التى يتحكم فيها الموقع والتى يبرزها للمستفيد نتيجة المشاركة التفاعلية بينه وبين أقرانه بصورة مستمرة مثل : العلاقات، الأنشطة التفاعلية، والبحث والتى تتمثل في إرسال الدعوات للإصدقاء والرد عليها، ومعدل استخدام المدونات،

الألبومـات، تبـادل الملفـات، وإنـشاء الـصفحات العامـة والخاصـة ومجموعـات النقـاش... إلخ.



شكل (12) الإطار الهيكلى للحساب الشخصى – بشكل عام - لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

(**المصدر :** Kazienko ، Przemyslaw ، Musial ،katarzyna .Recommendation framework for online social networks)

ثانياً : الأصدقاء أو العلاقات: " وهى خدمة تمكن العضو من الاتصال والتواصل مع أصدقائه، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي. وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه، ولكن تتيح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعارف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين[8]"

ثالثاً : إرسال الرسائل: حيث تمكن هذه الخاصية للأعضاء من إرسال رسائل إلى الأشخاص سواء كانوا من ضمن قائمة الأصدقاء أو غرباء عنه[9].

رابعاً : ألبومات الصور: توفر مواقع التواصل خاصية إنشاء الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور Tag للإطلاع عليها وإبداء التعليقات، كما يستطيع أى فرد أن يرفع مجموعة من الصور بإمتدادات مختلفة Jpg،Gif، Png، bmp، Tiff[10] .

خامساً : ملفات الفيديو : هذه الخاصية توفر للعضو إمكانية رفع ملفات الفيديو الخاصة به ونشرها داخل الصفحة الشخصية لمشاركتها بين أصدقائه داخل قائمة الأصدقاء، كما تتيح بعض المواقع لأعضائها إمكانية تسجيل لقطات فيديو مباشرة عبر الموبايل وإرسالها كرسالة مرئية إلى الموقع لنشرها[11].

سادساً : المجموعات : تمثل أهم خصائص الشبكات الاجتماعية في الوقت الحاضر لإعتبارها أساس العمل الجماعى داخل الشبكات، حيث تقدم جميع الشبكات الاجتماعية إمكانية إعداد مجموعة إهتمام لهدف معين أو أهداف محددة، وتنقسم المجموعات المتاحة إلى ثلاثة أنواع فهناك مجموعات عامة لا تفرض قيود عند الاشتراك بها، وهناك مجموعات مغلقة قاصرة على أفراد بعينهم ومجموعات سرية لا يعرف عنها شيئ سوى مؤسسيها وأعضائها. هذا وتوفر مواقع الشبكات الاجتماعية لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في المناسبات من خلال ما يعرف باسم الفاعليات Events ودعوة الأعضاء لتلك المناسبات، ومعرفة أعداد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين[12].

سابعاً : الصفحات: " إبتدع هذه الفكرة موقع فيسبوك وتم استخدامها على المستوى التجارى بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع، أوالمنتجات للفئات التى يحددونها. ويقوم موقع الفيسبوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم[13]".

ثامناً : الفاعليات الهامة Events : وهذه الخاصية تتيح للمشتركين إمكانية الإعلان عن حدث ما جارِ كـ: المناسبات – أعياد الميلاد – إقامة الاحتفالات – الندوات – المؤتمرات – المعارض ...إلخ، وأخبار الأصدقاء والأعضاء بها[14].

تاسعاً : الإعلانات Ads : نتيجة لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من ملايين الأعضاء فقد وفرت مواقع الشبكات الاجتماعية خدمات الإعلان عن أى منتج يود أى عضو الإعلان عنها[15].

عاشراً: خدمة المدونات : أصبحت هذه الخاصية متاحة في الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي وهى إمكانية التدوين من خلال الموقع، حيث توفر للعضو إنشاء ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته فضلاً عن نشر روابط مفيدة في نفس مجاله ولها نفس الاهتمامات المشتركة[16].

حادى عشر : خدمات المحمول : نظراً لما تتمتع به التكنولوجيا الجوالة من مزايا تساعد على التواصل الإيعازى بين الأفراد ؛ ولأن مواقع الشبكات الاجتماعية تهدف إلى الانتشار بين سكان العالم، فكان من أهداف تلك المواقع أن تقدم خدماتها عبر أجهز الموبايل والسماح للمستفيدين بالولوج إلى حسابتهم الشخصية عبر أجهزة الموبايل، والتمتع بمزاياه مع عدم وجود أى فارق بين أجهزه الحاسب وأجهزة

المحمـــول ولعـــل مـــوقعى الفيـــسبوك و بيبـــو مـــن أكـــثر المواقـــع إتاحـــة لتلـــك الخدمات[17].

ثانى عشر : نظم التزكية Recommendation System :

اصبحت خدمات التزكية في الأونة الآخيرة جزءاً هاماً مـن مواقـع الإنترنـت عامـة ومواقـع الشبكات الاجتماعيـة خاصـة، ولعـل الـدافع المـادى كـان سـبباً في ظهـور تلـك الخـدمات وانتشارها تأكيدا على مفهوم التجارة الإلكترونية، هذا وتهدف تلك الخدمات إلى مـساعدة الأشخاص في إتخاذ قرارتهم حـول الأشـياء التـى يفـضلون شراؤهـا، والأخبـار الاكـثر قـراءة، والأفلام الأكثر مشاهدة، والكتب الأكثر مبيعاً. وتعتبر تلـك الخـدمات ذات قيمـة هامـة في البيئات التى تتصف بـزخم المعلومـات بهـا، حيـث ترشـد المـستخدم إلى نوعيـة العنـاصر (منتجات أومعلومات) التى يشتد عليها الطلب أكثر من غيرها. لذا تلعب تلـك الخـدمات دوراً هاماً في زيادة عملية البيع داخل الشبكات العنكبوتية[18].

ثالث عشر : الألعاب الجماعية [19]Multi Users Dungeons:

تتيح معظم مواقع الشبكات الاجتماعية لأعضائها مجموعة مـن الألعـاب الجماعيـة يعـبر فيها الفرد عـن ذاتـه مـن خـلال تخيـل نفـسه الشخـصية التـى يريـدها، ويعـبر عنهـا بالرسـوم الكارتونية والوصف النصى المكتوب الذي يعبر بها عن نفسة في قصه اللعبة.

رابع عشر : غرف الدردشة [20] Instant Relay Chating:

هـى شكل من أشكال الاتصال المتاحة عبر معظم مواقع الشبكات الاجتماعية والتى يتم مـن خلالهـا الاتـصال بـين شخـصين أو أكـثر مـن خـلال الحـوارات الكتابيـــة، وتتـــيح غـــرف الدردشـــة داخـــل مواقـــع الـــشبكات الاجتماعيـــة

فرصة التحدث إلى جميع الأصدقاء المتواجدين داخل نطاق شبكة الأصدقاء لكل فرد. هـذا وقـد طورت بعض الـشبكات مـن كفـاءة غـرف الدردشـة الخاصـة بهـا عـن طريـق إتاحـة اسـتخدام ميكروفون يمكن سماع ما يقوله الأعضاء كل مـنهم للآخـر. كـما تتـيح معظـم مواقـع الـشبكات الاجتماعية إمكانية الانتقال بين الأعـضاء والاشـتراك في حـديثهم أو الاسـتماع إلـيهم ودعـوة أى شخص للإنضمام للمحادثة.

3/3 معمارية الشبكات الاجتماعية على الإنترنت [21] Architecture of OSNs:

تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت مواقع ويب حيث :

اولاً : يرتكز دورها الأساسى على تأسيس أعضائها علاقات تشابكية بين أقرانهم من : الأصدقاء، زمـلاء الدراسة، زملاء العمل ...إلخ، ثم دعمها وتوطيدها مع تحديد قـوائم ذات وصـلات رابطـة تسمح بحرية التصفح فيما بينهم.

ثانياً : تشتمل على عدة تقنيات مبتكرة تخدم الفرد في بناء وتوطيد الشعور المجتمعى لديه بأشكال غير رسمية تتصف بطواعيتها ومرونتها، حيث يظهر شكل التفاعل بـين الأعـضاء وبعـضهم البعض عبر نتاج إسهاماتهم المختلفة في تبادل المعلومات المـشتركة بيـنهم في بيئـة الفـضاء المعلوماتى، ومشاركة الأنشطة التفاعلية المختلفة وتـشمل : تحميـل الـصور، طـرق الوسـم tagging ...إلخ.

ثالثاً : تتصف بإحتوائها لعدة خصائص - تنفرد بها عن بقيـة المواقـع المتاحـة عـلى الخـط المبـاشر – تسمح للفرد بـ :

أ- تحديد ملامح السمات الشخصية له وإتاحتها عبر الموقع.

ب-   ادراج الوصلات المختلفة له وتشمل وصلات الأصدقاء ، زملاء الدراسة ... إلخ.

جـ- تلقى التلميحات أو الإخطارات بأحدث الأنشطة التى تتم بين الأعضاء وبعضهم البعض.

د- الانخراط والمشاركة في الجماعات أو الأنشطة المجتمعية.

هـ- التحكم في إعطاء إذن للتعليق، التحكم في كيفية التواصل مع الأشخاص، التحكم في كيفية عمل الوسمات المختلفة، التحكم في التطبيقات المتاحة، وإدارة الأفراد من حيث الإتاحة أو الحظر (الحجب).

هذا ويوضح الشكل (13) المنصة المعمارية لهيكلة مواقع التواصل الاجتماعية وآليات تشغيلها، حيث تشمل على ثلاثة مستويات تتكامل فيما بينها لبناء مواقع ذات منظومة متكاملة وتلك المستويات هى:

المرحلة الأولى : إدخال وتخزين البيانات :

وتتكون هذه المرحلة من عنصرين :

العنصر الأول : مدير ملفات التخزين : وهو المسئول عن كفاءة تخزين المعلومات ذات الصلة بالعلاقات الاجتماعية للأعضاء (المخططات الاجتماعية) ومعالجة المشكلات المرتبطة بالسعة المتزايدة لقواعد البيانات. وعادة ما يتحقق ذلك عن طريق وجود ذاكرة مؤقته ذات سعة تخزينية ضخمة وقاعدة بيانات علاقية.

العنصر الثانى : تخزين البيانات : ويضم عناصر البيانات المخزنة داخل الشبكة. ويمكن أن يضم عدة قواعد بيانات فرعية مثل قاعدة بيانات

الحساب الشخصى، قاعدة بيانات الصور والأفلام ، قاعدة بيانات التطبيقات.

المرحلة الثانية : إدارة المحتوى

تنحصر مسئولية هذه المرحلة في ثلاث مهام رئيسية :

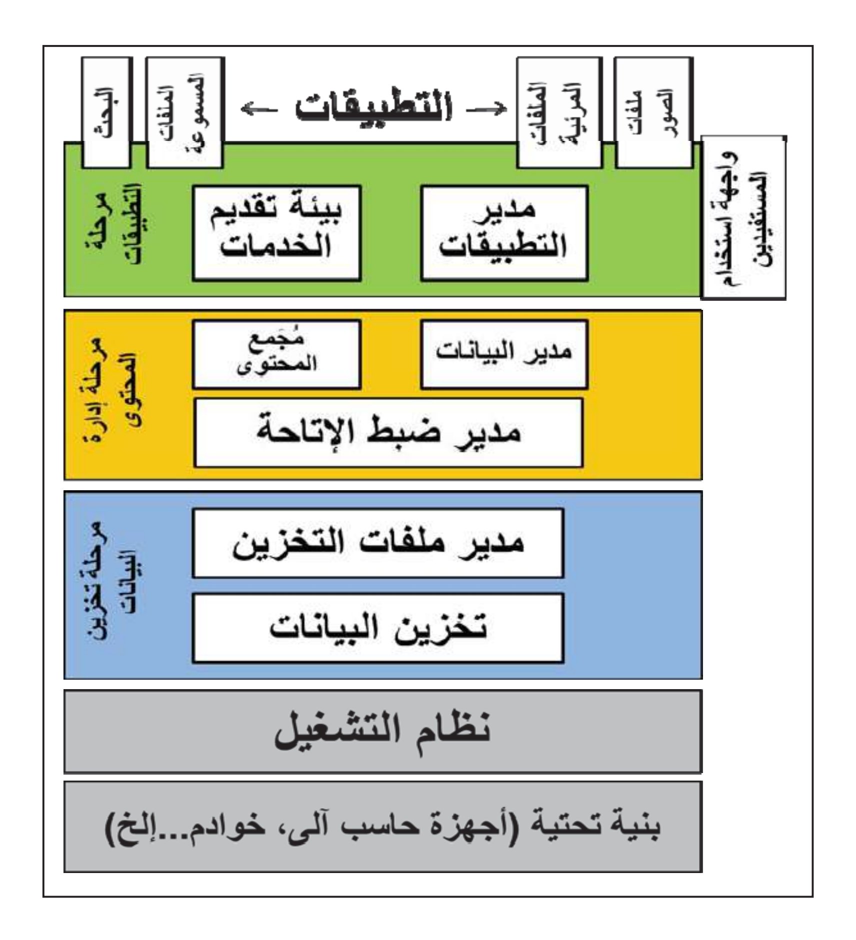
أولاً : تيسير دمج المعلومات الاجتماعية من مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى من خلال ما يعرف بجامع المحتوى، والذي يقوم بجمع وتنظيم المحتوى من أدوات الإعلام الاجتماعية فضلاً عن توزيع المحتوى إلى المنصات الأخرى للمواقع ذات الصلة.

ثانياً : توفير الصيانة واسترجاع محتوى المخطط الاجتماعي بواسطة مدير البيانات.

ثالثاً : توفير وضبط ومراقبة صلاحيات الإتاحة المعطاه للأعضاء عن طريق مدير ضبط الإتاحة.

المرحلة الثالثة : مرحلة التطبيقات :

توفر مواقع الشبكات الاجتماعية مجموعة من الخدمات مثل : البحث – الملفات المسموعة - الملفات المرئية – ملفات الصور - الملخص الوافي للمواقع – إتاحة الخدمات عبر الموبايل ... إلخ) التى تقدم من خلال ما يعرف ببيئة تقديم الخدمات. هذا ويتم تقديم التطبيقات للمستفيدين من خلال ما يعرف بمدير التطبيقات الذي يسهل عمليات التفاعل بين المستفيدين.



شكل(13) معمارية الشبكات الاجتماعية

المصدر: A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011): New Directions in Web Data Management 1، SCI 331، Heidelberg : Springer-Verlag Berlin ،pp. 216–217.

وخلاصة القول أن المستفيد يستطيع أن يتفاعل مع منصة الشبكات الاجتماعية عبر طلب بروتوكول HTTP Hypertext Transfer Protocol. وبمجرد الولوج إلى عنوان الشبكة يستطيع التسجيل للاستخدام

كعضو دائم أومؤقت. هذا وتتضمن مواقع الشبكات الاجتماعية خوادم تطبيقية متعددة توفر عدداً من الخدمات أوالتطبيقات APIs حيث تقوم مواقع الشبكات الاجتماعية بإستلام طلبات تسجيل الأعضاء وتخزينها بقاعدة البيانات الخاصة بها وإحالة العضو لخادم التطبيقات المناسب، ثم يأتى بعد ذلك دور مُوَازِن التحميل المسئول عن مراقبة خوادم التطبيقات المتضمنة بالشبكة الاجتماعية، وتحقيق التكافؤ المستمر لسعة الخوادم، وإكتشاف الأخطاء ومعالجتها، ثم إعادة توجيه طلبات الأعضاء إلى الخوادم التطبيقية. هذا وتقوم الخوادم البيانية بتتبع وإدارة علاقات التواصل بين الأعضاء وعرضها في شكل إحصائى يعكس تردد زيارة الموقع، وعادة ما تزكى معظم الشبكات الأعضاء الدائمين بحزمة من الصلاحيات والخدمات عن أولئك المؤقتين مثل: وضع التعليقات، نشر ومشاركة الأخبار، وتحميل الملفات. ويتيح النظام الفرعى المعروف بالضبط والتحكم (أكثر النظم الفرعية أهمية) تحديد إعدادات الخصوصية والأمن لكل عضو داخل الشبكة.

أما من ناحية توزيع ونشر المحتوى على الشبكات الاجتماعية. فتستخدم معظم مواقع التواصل الاجتماعي ما يعرف بخوادم التخزين المؤقتة cache servers والقادرة على زيادة سرعة تطبيقات الويب الديناميكى بتخفيض زمن تحميل خوادم التطبيقات. وعلى وجه التحديد تنطوى مواقع الشبكات الاجتماعية على عدة متطلبات مختلفة مقارنة بتطبيقات الويب التقليدية تتمثل في:

أ- العلاقات والثقة بين الأعضاء المتغيرة باستمرار، إذ يمثلان أهم الإختلافات الجوهرية في منصات الشبكات الاجتماعية، حيث يفرض ذلك السلوك على المصمم تبويب البيانات المرتبطة بالأعضاء

وتوظيفهـــا وربطهـــا بكياناتهـــا ثـــم نـــسخ وتوزيـــع الخوارزميـــات المتعلقـــة بتلـــك البيانات.

ب- إحتوائها على عدد كبير من الملفات صغيرة الحجم التى يحتاج الوصـول إليهـا بـشكل متكـرر وتحديثه باستمرار من قبل عدد هائل من الأعضاء، مما يتطلب وجود خـوادم تعمـل بنظـام التحديث المستمر لمحتويات المواقع المضافة إليها، ولضمان تحسين آداء النظـام تلجـأ معظـم مواقـع الـشبكات الاجتماعيـة إلى نـشر وتوزيـع محتوياتهـا عـبر نظـام CDNs الـذي يعـرف بشبكات نشر المحتوى Content Distribution Networks مثل Akamai أونظـام الهيكـل السحابى Cloud Infrastructures.

ويتم تخزين البيانات داخل مواقع الشبكات الاجتماعية إما مركزيا أولامركزيـا، مـن خـلال توزيعها عبر نطاقات إدارية متعددة. ولكلا الطريقتين مميزات وعيوب ؛ فالتخزين المركزى وإن كان يتميز بالسهولة ورخص التكلفة إلا أنه عادة ما يثيره مشاكل مـصاحبة لـه تتعلـق بحمايـة الخصوصية وأمن المعلومات من ناحية والقابلية للتوسع المستقبلى من ناحية أخـرى. وللتغلـب على تلك القيود المفروضة يمكن تخزين البيانات لامركزياً عن طريق شبكات النـد بالنـد Peer-to-Peer التى تقوم بعمليات تبادل الملفات والبيانات بين جهازين على شـبكة الإنترنـت حيـث يعتمد على هذه الشبكات بكثرة في برامج مشاركة الملفات وتقاسمها.

مصادر الفصل الثالث

1- Kazienko، Przemyslaw and Katarzyn، Musial . Social Capital in Online Social Networks .- Available at : http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.106.6090&rep=rep1&type=pdf 1-4-2011

2- Communities and Local Government(2008). Online Social Networks : Research Report .-London : Crown، p.12 – 14

3- http://www.shelfari.com/Shelfari/AboutUs.aspx

4- عبد الـلـه حسين متولى(2009). الحياة الثانية على الإنترنت .- الاتجاهـات الحديثـة في المكتبـات والمعلومات ،ع31 ص55.

5- Brock، Vicky .(2007).An Introduction To Online Social Networks : What are they and why do they matter to business?[Report] . A Business Highlights Report from Highland Business Research، pp 2-3.

6- A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011): New Directions in Web Data Management 1، SCI 331، Heidelberg : Springer-Verlag Berlin ،pp. 216–217.

7- Kazienko ، Przemyslaw ، Musial ، katarzyna (2006) .Recommendation framework for online social networks .- Berlin :Springer-Verlag، p113-114.

8- وليد رشاد زكى (2010). الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهم .- مجلة السياسة الدولية. ع1 ، (ابريل 2010) ص 55

9- نفس المرجع السابق . ص 55

10- نفس المرجع السابق . ص 55

11- أمانى جـمال مجاهـد (2010). اسـتخدام الـشبكات الاجتماعيـة في تقـديم خـدمات مكتبيـة متطورة .- دراسات المعلومات .- ع8، مايو 2010 ، ص13

12- نفس المرجع السابق ص14

13- أمانى جمال مجاهد (2010). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة .- دراسات المعلومات .- ع8، مايو 2010 ، ص14.

14- نفس المرجع السابق ، ص14

15- نفس المرجع السابق ، ص14

16- نفس المرجع السابق ، ص14

17- نفس المرجع السابق ، ص14

18- Kazienko ، Przemyslaw ، Musial ، katarzyna (2006) Recommendation framework for online social networks .- Berlin : Springer-Verlag، p111.

19- علياء سامى عبد الفتاح(2011) الإنترنت والشباب : دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي.- ط2.- القاهرة : دار العلم العربى. ص30.

20- نفس المرجع السابق . ص29

21- A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011).Ibid

الفصل الرابع

المعايير العالمية لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية على العنكبوتية

0/4 تمهيد

يهتم هذا الفصل بإلقاء الضوء على الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت من الناحية التقييمية موضحًا المعايير المرتبطة بتقييم تلك الفئة من الشبكات، والأساليب المختلفة لتقييمها.

بداية فقد اتجهت أنظار كل من المؤسسات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية والجمعيات الهادفة وغير الهادفة للربح والأفراد في الآونة الآخيرة إلى إنشاء وتصميم مواقع تشابكية لها، إما بغرض تكوين شبكات للتواصل الاجتماعي متخصصة في مجال معين لتخدم أعضائها ومستفيديها، وإما شبكات إجتماعية عامة لجميع الفئات دون التقيد بمعايير العمر، الجنس، التخصص الموضوعي في حسبانها.

ويدعم فكرة إنشاء وتصميم الشبكات الاجتماعية - المرتكزة على بيئة الويب أو البيئة السحابية - عدة أسباب، الأمر الذي ساعد على ذيوع انتشارها وشعبيتها وتزايد أعدادها بمعدلات سريعة. ومن أسباب ذلك الانتشار ما يلي:

<u>أولاً :</u> السهولة والمرونة في الاستخدام التي فرضتها تلك الشبكات قد أكسبها شعبية وجعلها ظاهرة فريدة بين أدوات وتقنيات الواقع الافتراضي في السنوات القليلة الماضية، إلى أن أصبحت هذه الشبكات تستقطب أكثر من ثلثي مستخدمي الإنترنت، وبرز دور هذه الشبكات الفعال في الظروف الطارئة والأحداث العالمية ؛ فعلى سبيل المثال ارتفع عدد أعضاء شبكة الفيسبوك من 15 مليون إلى 500 مليون عضو في الفترة من 2006 حتى 2010 كما شهدت شبكة ماى سبيس نموًا جدول رقم (1)ملحوظًا في عدد أعضاؤها من 66 مليون لتقفز إلى 122 مليون في الفترة ذاتها.

جدول(1) أكثر الشبكات الإجتماعية استخدامًا حتى عام 2010

الشبكة	عدد المستفيدين	الترتيب على حسب مواقع الإنترنت
الفيسبوك	500 مليون	2
ماي سبيس	122 مليون	35

<u>ثانيـاً :</u> تعد الشبكات الاجتماعية – في الوقت الحاضر - أسرع وسيلة لبث وتبادل المعلومات والبيانات على الشبكة العنكبوتية، فقديمًا لم يكن هناك آية مبادرات تقدم من قبل محركات البحث لتكشيف المحتوى المعلوماتي لتلك الشبكات أو وضع روابط تشاعبية معها، إلا أنه بمجرد انتشار تلك الشبكات وظهور شعبيتها ألتفتت الشركات الضالعة في البحث، مثل:

جوجل Google، ماي ويب MyWeb، ياهوو Yahoo إلى تلك الشبكات، ومـن ثـم أسرعـت لإقامة الاتفاقيات والمبادرات الخاصة بتطـوير آليـات البحـث المـستخدمة في تلـك الـشبكات وتكشيف محتواها سواء كان المحتوى نصيًا أو مرئيًا [1].

<u>ثالثـاً :</u> كثافـة التطبيقـات APIs المـتضمنة بالـشبكات الاجتماعيـة والمـستخدمة في مجـالات علـوم الحاسب قد أكسبها أهمية ضمن الموضـوعات المرتبطـة بتطـوير الويـب وصـناعة تطبيقاتـه والقضايا المتعلقـة بـالأمن والخـصوصية عـلى الـشبكة العنكبوتيـة، حيـث أبـرزت الدراسـات الحديثة دور الشبكات الاجتماعية كحـائط دفـاع أول ضـد الاعتـداءات الموجهـة عـبر شـبكة الإنترنت والمستهدفة لتفتيت الوصلات واختراق حسابات الأشخاص وقرصنتها، ومن أمثلتها ما يُعرف باعتداءات سيبل[2] (*)Sybil attacks.

<u>رابعاً:</u> المعرفة والفهم الواضح لهياكل الكيانات داخل الشبكات الاجتماعية والعمليات التـي تتم بها، حيث تمثل فائدة كبيرة لمـصممي المواقـع، والـشبكات، ومحلـلي البيانـات في بيئـة الويـب، فأصـبحت الدراسـات المـستقبلية تهـتم بدراسـة بنـاء خوارزميـات Algorithms ودلالات جديدة للـشبكات الاجتماعيـة القـادرة عـلى اسـتنتاج الدرجـة الفعلية للاهتمامات المشتركة بين شخصين، والتحقق من هوية المـستخدم بـسهولة عـبر

(*) هو إعتداء يستهدف موثوقية وصحة البيانات وإفسادها من خلال تزييف الهويـة حيـث يمكـن لهـذا الإعتـداء أن يخترق التخزين الموزع للبيانات، وآليات التوجية المـستخدمة في الـشبكات وتجميـع البيانـات وتوزيـع المـوارد وبالتالى فإذا دمجت الهويات المزيفة يمكن للمعتدى أن يظهر في مواقع مختلفة من الشبكة بهويـات مختلفـة مما يزيد من إحتمالية اختيار عقدة سيبيل كجزء شرعي من مسار التوجيـه. وقـد تقـوم مجموعـة مـن العقـد المزيفة إلى إرسال تعزيزات سلبية تطعن في صحة مجمـوع البيانـات التـي أرسـلتها العقـد.هـذا وقـد توصـلت دراسـة (Garriss, Kaminsky, Freedman, Karp, Mazieres, & Yu, 2006) إلى إمكانيـة اسـتخدام الشبكات الاجتماعية للتخفيف من رسائل البريد الإلكتروني المزعجـة وتـصميم متـصفح بـأدوات اضـافية لديـه القدرة على إظهار بيانات الأصدقاء بشكل أفضل.

مجموعة من الكيانات الدالة على الأشخاص الآخرين، فضلاً عن الفهم العام لمواطن القوة ونواحي الضعف ؛ لوقف عمليات التلاعب والقرصنة التي يمكن أن تحدث [3].

خامساً يمكن للشبكات الاجتماعية أن تؤثر على مستقبل مواقع الشبكة العنكبوتية المعروفة بالإنترنت، حيث إنها في الأساس شبكات إجتماعية بين كيانات، ولعل تردد المستفيدين عليها بشكل مكثف وبنطاق عالٍ قد أثر على حركة المرور Traffic المتعلقة بفئات المواقع الأخرى [4].

سادساً : تستطيع الشبكات الاجتماعية أن تدعم هيكلة السلوك الاجتماعي، وبالتالي يستطيع العلماء المنتمين للعلوم الاجتماعية بحث ودراسة أشكال جديدة للسلوك الاجتماعي الناشئ في الفضاء الإلكتروني، وكذلك مقارنة النظريات الحالية لما يتم في الشبكات الاجتماعية المغلقة والشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت [5].

1/4 أبرز المعايير العالمية لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية على العنكبوتية :

بالرغم من عدم وجود اتفاق – حتى الآن – حول معايير مقننة لتقييم مواقع الإنترنت بشكل عام والشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت بوجه خاص، إلا أن هُناك إلحاحًا متزايدًا على ضرورة التقييم من قبل المنشغلين في المجالات المختلفة، والتي تمثل قنوات تواصل فعالة بين شعوب العالم أجمع، فمواقع الإنترنت تتسم بالديناميكية أى عدم الاستقرار والثبات، كما أن بعضها يختفي بسبب تجاهل تجديد الاشتراك مع الجهة المضيفة، وهناك مواقع أخرى لايحترم المسئولون عنها حقوق الملكية الفكرية والأمانة العلمية، كل هذه الأسباب تشكل تحديًا للمهتمين بموضوع تقييم مواقع الإنترنت بشكل عام

والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص، وهذه الآليات تحـتم ضرورة إيجـاد آليـات للتمييـز بـين الشبكات الاجتماعية الرصينة وغير الرصينة.

أولاً : تقييم تشايلندنيت الدولية Childnet International :

أعدت منظمة تشايلدنيت الدولية * عبر موقعها ديـزينdiizen.org تقريـرًا بحثيًـا يتـضمن عدة معايير قد صيغت في صـورة قواعـد إرشـادية أو قائمـة مراجعـة Checklist تـبرز عـدة عنـاصر ينبغي على مدير، ومصممي، ومطوري الشبكات الاجتماعيـة الالتـزام بهـا إزاء شروعهـم في تـصميم تلك الفئة وهي كالتالي :

1) **البيانات التعريفية بالشبكة AboutUs** : ينبغي على مطوري الـشبكات الاجتماعيـة إتاحـة صفحة داخل الشبكة تقدم لمحة موجزة عن النشأة التاريخية، وكيفية الاستخدام، والجمهور المستهدف، الخدمات المتاحة، وكيفية التعامل مع التطبيقات المدرجة بالشبكة؛ حيـث تعـد تلك المعلومات ذات أهمية للأعضاء الجدد في معرفة الخدمات التي تقدمها الشبكة، ومدى اشباع تلك الخدمات لاحتياجاتهم [6].

2) **فئات العضوية Membership Types :** يجب على مطـوري تلـك الـشبكات إتاحـة انماطًـا مختلفة من الحسابات الشخصية لأعضائها من حسابات مجانية وأخرى مدفوعـة، فـإذا أراد أحد الأعضاء مساحة تخزينية عاليـة وخـدمات أخـرى تمكنـه مـن وضـع الدعايـة والإعـلان للأغراض المختلفة، سواء كانت تجارية أم ثقافية، فعليه أن يقوم بشراء حساب بمقابل مادي يتوافر لديه تلك الصلاحيات الإضافية [7].

---

* منظمة دولية تولى اهتماماً بتقديم المعلومات وتبادلها بين المعلمين والاباء والمهنيين والاطفال وتشجعيهم عـلى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في التعليم الإلكتروني.

3) **القيـود العمريـة Age Restrictions :** ينبغـي عـلى مـدير تلـك الـشبكات تحديـد الفئـة العمرية للمستخدمين وإدراجها في سياسة الاستخدام الخاصـة بالـشبكة، إذ إن معظـم تلـك الشبكات –وليست كلها– تشترط في سياسة الاسـتخدام الخاصـة بهـا ألا يقـل عمـر الأعـضاء المستفيدين من خدماتها عن 13 عامًا، إلا أن هناك شبكات أخرى، مثل: ماي سبيس تشترط أن يبلغ سن العضو 14 عامًا، في حين أن شبكة فليكر لا تـضع قيـودًا عمريـة، هـذا وتـسمح شبكة نينغ بالاستخدام العام لجميع الفئات العمرية دون التقيـد بـشرط، إلا أنـه لا يـسمح للأعضاء الذين لم يتجاوزوا سن الـ13 عام بإقامة ما يعـرف بخـدمات المجتمعـات العامـة أو الخاصة ؛ لذا ينبغي على الشبكات الاجتماعية أن تضع في سياسة استخدامها القيود العمرية من أعضائها [8].

4) **خصوصية الملف الشخصى وتحرير الإعـدادات المرتبطـة بالعـضو Profile Privacy and Moderation Settings :** يعـد الملـف الشخـصي للأعـضاء أكـثر العنـاصر مـشاهدة في الشبكات الاجتماعية، فهو بمثابة العمود الفقري في معظم خدمات الـشبكات الاجتماعيـة ؛ نظرًا لكونه الوسيلة الأساسية الفعالة لتعبير الأعضاء عن ذاتهم عبر الويـب، حيـث يـشتمل على عددًا من الأنشطة الهامة التي تتم بداخله، مثل: كتابة التعليقات، ومشاركة المحتـوى، وعرضها للأعضاء، وهناك بعض الشبكات التي تتوسع في حقـول الملـف الشخـصي للأعـضاء بإعطاء تفاصيل الاتـصال الخاصـة بهـم، مثـل: (عنـوان الـسكن – البريـد الإلكـتروني - رقـم التليفون)، والتفاصيل المتعلقة باهتماماتهم وإنشطتهم. لذا يجب أن يراعي القائم بعمليـة التصميم النقاط التالية [9]:

- أن يتوافر مستوى أمثل للخصوصية لأعضاء الشبكة.
- أن يستطيع المستفيد تطبيق ضوابط الخصوصية ليقرر من لهم الحق في الاطلاع على البيانات المتاحة داخل حسابه الشخصي.
- أن توفر الشبكة الاحتفاظ بالبيانات الخاصة للأعضاء إذا ما أرادوا ذلك وحجبها عن باقي الأعضاء.
- السماح للعضو باستخدام الأسماء المستعارة عند الولوج للشبكة.
- السماح للعضو بتجميد الملف الشخصي أو حذف البيانات المتعلقة به بشكل مرن.
- أن يتوافر للعضو إمكانية تكوين الصداقات بشرط الحصول على موافقة مسبقة من الشخص الآخر.
- إمكانية ضبط وتحكم ما يعرف بلوحة الحائط * Wall داخل الملف الشخصي.
- التحكم في الرسائل الخاصة وإدارتها.

5) **حزمة الأدوات المجتمعية Members Toolkit** : ينبغي على المطورين عند تحديث الشبكة إتاحة الأدوات التشابكية والتفاعلية التى تمكن المستفيدين من إنشاء الجماعات Groups والمنتديات Fourms، غرف الحوار Chat Rooms.... إلخ[10].

6) **رفع الملفات File Upload** : ينبغي على مطوري الشبكات الاجتماعية عند تقديمهم لتلك الأداه وضع الاعتبارات التالية :

- أنواع الملفات التي يمكن للشبكة استيعابها بحيث يتم توفير أكبر قدر من صيغ الملفات تستوعبها الشبكة.

* هي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي للعضو بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا العضو.

- الحد الأدنى للملفات القابلة للرفع.
- حجم الملفات التي يتم رفعها.
- الآليات اللازمة لعرض المحتوى.
- طرق مشاركة المحتوى بين الأعضاء.

7) **الجماعات Groups :** يجب على مطوري تلك الشبكات تقديم مجموعة من المساحات والأدوات التعاونية يطلق عليها الجماعات لأعضائها ولمستفيديها من غير الأعضاء، وتنقسم خدمة الجماعات إلى:

أ-**إعدادات الجماعة Group Settings :** حيث يجب أن يراعي مطوري الويب حال ضبط إعدادات الجماعة ما يتعلق بمدى توافر القدرة لدى الأعضاء في جعل الجماعة خاصة أو عامة أو مغلقة على أعضاء بعينهم، وما إذا كان من الممكن أن يتم التحكم فيمن ينضموا إليها.

ب- **أدوات الجماعة Group Tools :** حيث يجب أن يراعى مطورى الويب حال ضبط أدوات الجماعة ما يتعلق بخيارات الضوابط والقيود التى يمكن فرضها على الجماعات.

8) **خدمة الموبايل Mobile Service** ينبغي على المطورين إتاحة تلك الخدمة بما يتناسب مع أنظمة التشغيل المختلفة للهواتف الذكية، مع مراعاة التكاليف التي يمكن أن يتحملها العضو.

9) **البحث Search :** ينبغي على مطوري تلك الشبكات توفير خدمات البحث عن الأعضاء وماهية المعلومات المتوافرة لدى كل عضو، وآليات البحث عن الأعضاء الآخرين عن طريق محركات البحث العنكبوتية.

10) **التـصميم والتخـصيص Design and Customization :** ينبغـي عـلى مـصممي تلـك الشبكات إتاحة قوالب تصميم جاهزة Templates يستطيع أن يستخدمها الأعـضاء لتغيـير شكل ولون الحساب الشخصي الخاص بهم.

11) **الإعلانات Adverts :** يجب على مصممي تلك الشبكات وضع اللوحـات الإعلانيـة في مكـان واحد وثابت بالشبكة لايتغير، بحيث تظهر بشكل تناوبي حسب الترتيب الذي أختاره واضـع الإعلان، ففي الآونـة الأخـيرة نـرى أن الـشبكات الاجتماعيـة تـضع مجموعـة مـن اللوحـات الإعلانية، غالبًا ما تكون تلك اللوحات لشبكات أخرى، الهدف منها الدعاية والإعـلان، سـواء بمقابل مـادي، أو مـن أجـل التبـادل الإعـلاني فقـط، ونظـرًا لكـثرة الطلـب عـلى مثـل هـذه اللوحات، قد يلجأ صاحب الشبكة لوضع هذه الإعلانات بأماكن مختلفة، مما قد يـؤدي إلى تشويه شكل الشبكة، فضلاً عن ما يمكن أن تسببه تلك الإعلانات من إزعاج وشوشره للزائـر، خصوصًا إذا كانت موضوعة بشكل عشوائي غير متناسق

12) **الأمن والإتاحة Security and Access :**

أ- **ملكيـة المحتـوى Content Ownership :** أصـبح تقاسـم الأفكـار والمعلومـات والمفـاهيم عـبر الـشبكات الاجتماعيـة، أمـرًا واقعًـا ومفروضًـا في عـالم التواصـل الاجتماعي؛ وبالرغم من ذلك فإننا في هذه العمليـة – تقاسـم البيانـات – قـد نقـدم ضمنيًا بيانات ومعلومات عن اهتماماتنا، أو أماكن تواجدنا والوظـائف التـي نـشغلها بـشكل مفـصل عـما كـان يحـدث في المـاضى، فعنـدما يكـون المحتـوى الـذي ينـشره

أعضاء الشبكات الاجتماعية ملكًا لأطراف أخرين يقومون بتوزيعه عبر الإنترنت، فقد يواجه هؤلاء الأعضاء صعوبات جمة في حذف البيانات الخاصة بهم أو تغييرها، وعلى الرغم من أن كثيراً من مقدمي خدمات الشبكات الاجتماعية يحرصون على ملكية الأعضاء للمحتوى الذي ينشر بواسطتهم عبر الإنترنت، فإن مفهوم ملكية البيانات قد يكون محل نزاع؛ حيث تحتفظ معظم الشبكات الإجتماعية لنفسها بحق تعديل المحتوى أو نشره أو توزيعه حسبما يترائى لها، وعادة - وليس على الإطلاق – ما تنشر الشبكات الاجتماعية تفاصيل سياساتها الخاصة بمِلكِية البيانات، وتوزيعها، واستخدامها، وحذفها وتغييرها، والمتعلقة بالخصوصية ضمن الاتفاقيات المنشورة على الشبكة تحت بند "شروط الاستخدام"، أو، "شروط الخدمة " ،أو، " الشروط والأحكام ". هذا وتختلف شروط الاتفاقيات التي تبرمها الشبكات لأعضائها اختلافاً جذريًا، فعلى سبيل المثال : تمنح شبكة ماي سبيس الشهيرة لأعضائها رخصة حق التحرير والتعديل والحذف في البيانات وعرضها على الشبكة، إلا أنه لايسمح ببيع تلك البيانات. والقليل من هذه الشبكات يذكر صراحة أن حقوق المِلكِية الخاصة بالمحتوى تخص الأعضاء، بينما لا تحتفظ شبكات أخرى بحقوق مِلكِية المحتوى الذي ينشره الأعضاء، على الرغم من الغموض الذي يكتنف الشبكات الاجتماعية بوصفها مواقع تتخلى قانونيًا عن حقوق المِلكِية، لذا على مطوري تلك الشبكات مراعاة إدراج بند ينص على حقوق ملكية المحتوى، فضلاً عن ضرورة

تصميم القنوات المختلفة لإعلام الأعضاء بسياسة استخدام البيانات والصور والمحادثات داخل ملفاتهم الشخصية

ب- **المحتوى غير اللائق Adult Content :** يجب على مديري الشبكة Admin اتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع الأعضاء من رفع ومشاركة المحتوى غير اللائق أو المخالف للآداب والأديان، وم ن ثم فرض العقوبات الرادعة للأعضاء الذين يخالفون ذلك، والتي تتمثل في حذفهم أو تجميد عضويتهم.

ج- **إدارة المحتوى غير اللائق Managing Inappropriate Content :** ينبغي على المطورين إتاحة أداة تمكن مدير الشبكة من مراقبة ما ينشر على الحسابات الشخصية للأعضاء.

د- **سلامة المعلومات Safety Information :** يجب على مديري تلك الشبكات مراقبة المعلومات التي تنشر بشكل دوري بالإضافة إلى إخطار الأعضاء بشكل مستمر بالطرق اللازمة لضمان سلامة المعلومات وسريتها .

13) عرض المحتوى ونقله Viewing and Moving Content :

أ- **الحصول على المحتوى الخارجي Getting External Content In :** ينبغي على مطوري الشبكات ضمان سهولة تخصيص الأعضاء لمساحات تخزينية خاصة باستيراد المحتوى والأدوات من الشبكات الأخرى، وتفعيل آليات رفع المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ب- تـصدير المحتـوى Content Out : يجـب عـلى مطـوري الـشبكات الاجتماعيـة إضـافة خيارات خاصة بتصدير المحتوى للشبكات الأخرى، مثل : تصدير المحفظـة الإلكترونيـة* أو المدونة الشخصية.

14) **شروط الاستخدام Terms of Use :** ينبغـي عـلى مطـوري تلـك الـشبكات إتاحـة قائمـة تحصر شروط الاستخدام وإلزام الأعضاء بقرائتها وفهم شروطها، وتتضمن تلـك الـشروط بنودًا ببيانات الأعضاء التي تشير إلى أغـراض تجاريـة، وكيفيـة جمـع البيانـات المتعلقـة بالأعضاء والتحذير من استخدام البرمجيات الخبيثة.

ثانياً : تقييم شركة نتورك ميديا تيتش Tech Media Network:

ومن ناحية أخرى فقد نشرت شركة نتورك ميديا تيتش الرائدة في خدمات الويب والأدوات البرمجية والتسويق الإلكتروني عبر موقعها على شبكة الويب عدة معـايير يجـب أن يـتم توافرهـا في شبكات التواصل الاجتماعي وهي [(12)]:

1) **البيانـات الديموغرافيـة :** حيـث يراعـي مطـورو الـشبكات أن يـشتمل ذلـك القـسم عـلى المعلومات الخاصة بالفئة العمرية للاشتراك، وشروط الاستخدام، وأهـداف الـشبكة، واللغـات المتاحة، وكيفية استخدام الإعلانات.

2) **الملــف الشخــصى :** يجــب عــلى مطــوري تلــك الــشبكات الالتــزام بتوافر العناصر التالية : محرر الملف الشخصي – تخـصيص الواجهـات –

* هي عبارة عن مجموعة من الأدلة إلكترونية تدار من قبل المستخدم على شبكة الإنترنـت. وقـد تتـضمن هـذه الأدلـة الإلكترونية نص تم إدخاله، وملفات إلكترونية، وصور وسائط متعددة و مقالات أو مدونات، وروابط. وتظهر المحفظة الإلكترونية قدرات المستخدم كما تستعمل كمنبر للتعبير عن الذات. ويسمح وضعها على الإنترنت بتطـوير محتوياتهـا بشكل ديناميكي مع مرور الزمن. هـذا وتـسمح بعـض تطبيقـات المحفظـة الإلكترونيـة بـدرجات متفاوتـة مـن ولـوج الجمهور، لذا يمكن استخدامها لأغراض متعددة.

تخصيص لغة برمجية للتطوير، مثل: CSS،HTML – تخصيص سطر المسار الموحد URL – الصور – نشر التعليقات – قائمة بالاصدقاء – المدونات الشخصية – والتطبيقات

3) **الأمن :** ينبغي على ذلك القسم أن يشتمل على : إعدادت ضبط الخصوصية – حجب الأعضاء غير المرغوب بهم – تقارير الإساءة والانزعاج من الأعضاء أو الجماعات – ونصائح لضمان سرية المعلومات وسلامتها.

4) **الأدوات التشابكية:** يجب على مطوري تلك الشبكات توفير الأدوات التي تساعد المستفيدين على التواصل، وتشمل غرف الدردشة – الرسائل الفورية – الوسم – النشرات – الجماعات والمنتديات – البريد الإلكتروني – تطبيقات الموبايل – رفع ملفات الموسيقى والفيديو – تطبيقات الألعاب – الإعلام عن الندوات والمؤتمرات والمناسبات والكتب.

5) **البحث :** يراعي على مطوري تلك الشبكات توفير عدة اختيارات للبحث داخل الشبكة، مثل البحث بـ : الاسم – عنوان البريد الإلكتروني – المدرسة – الجامعة – الدولة أو المدينة – الاهتمامات – والكلمات الدالة.

6) **الدعم الفنى :** يراعى أن تشتمل الشبكة على قنوات مختلفة للإتصال بالدعم الفنى أو المشرفين عليه من خلال: البريد الإلكتروني الخاص بالقائمين على الشبكة – الأسئلة الأكثر شيوعاً FAQ – والمنتديات التابعة للشبكة.

ثالثاً : تقييم جينيفر بريجرJennifer Barrigar :

وبينما توضح الجهود السابقة المعايير التي يجب مراعاتها عند تـصميم وإنـشاء الـشبكات الاجتماعية بغرض إتاحتها على الشبكة العنكبوتية، أعدت جينيفر بريجر تقريـرًا يتـضمن مجموعـة من التوصيات يُراعي اتباعها عند تطوير أو إعادة التصميم للشبكات الاجتماعية، وتتمثل في : [13]

1) توافر الأمانة والوضوح والشفافية من خلال جودة ومصداقية المعلومات المتوفرة بها.

2) توافر مجموعة من عناصر الجذب مما يشجع العضو الذي يقرأ محتوياتها لأول مرة على العودة إليها مرة أخرى.

3) إتاحة وضع الصور والرسوم المتحركة بتنسيقي فـلاش Flash وجافـا سـكريبت JavaScript عـلى الصفحة مما يضفي مزيدًا من الجاذبية والتشويق، ومع ذلك فإن وجود مثل هذه الإيضاحيات بأحجام كبيرة ومعقدة أو بأعداد كثيرة من شأنه إبطاء عمليات التنقـل بـين صـفحات الـشبكة وإبطاء عملية التحميل.

4) ينبغي على تلك الشبكات أن تضع نصب أعينها تطوير الرمـوز الجغرافيـة التـي تـسمح بتحديـد النطاق الجغرافي للأعضاء، وتجاهـل تقـديم معلومـات شخـصية صريحـة، مثـل: ZIP/Postal codes.

5) إدراج خريطة الشبكة بشكل منطقي وبديهي يتقبله الأعضاء المشتركين، لاسيما وأن الخرائط على إختلاف أشكالها من أهم العوامل المساعدة في تكشيف محركات البحث لمحتويات الشبكات.

6) العمل على التمييز بين المعلومات المطلوبة من المستفيد، والتـي تُعـرِف عـن هويتـه وبـين تلـك المعلومات التي يمكن أن تستخدم لأغراض أخرى.

للمؤسسات الإعلامية، والسياسـية، وغيرهـا مـن المؤسسـات الأخـرى في الحفـاظ عـلى النظـام النمطي الذي تعتمد عليه أسـطورة المركـز الوسـاطي. لـذا يجـب ألا ننـدهش عنـدما اشـترى إندمول **Endemol** مُطَوِر علامة بيج براذر **Big Brother** التجارية 50% مـن أسـهم موقـع شائعات الشهرة هولي مولي **Holy Moly** في مارس 2011.

وبالتالي توفر ثقافة الشهرة، بأنماطها وتراتبياتها، مثـالاً ملموسـاً عـلى كيفيـة إسـهام الممارسات المرتبطة بوسائل الإعلام في عمليات أوسع من التنظيم الاجتماعي ينخرط فيها عدد كبير من السكان. ومع ذلك تظل ماهية النتائج المترتبة على مثل هذا التنظيم من أجل تنظيم اجتماعي أوسع غير مُفسرة . وذلك موضوع الفصل التالي.

الفصل الرابع

وسائل الإعلام والتشكيل الخفي للعالم الاجتماعي

"الحكي للمجتمع، أن تقدمه لنفسه، وهو ...ما تفعله الأنظمة السردية"

ميلي بونانو **Millie Buonanno**

في الفصل السابق حاولت بناء تفسير لعلاقة وسائل الإعلام بالسلطة، من القاع للقمة، باختبار كيفية مساهمة الممارسات، ولاسيما الطقوسية، في الشكل الاجتماعي. فعلت ذلك بروح بولتانسكي **Boltansk**، و ثيفنت **Thévenot** ، بدون إجراء أي افتراضات حول تماسك روابط المجتمع. كان مفهوم الربط الرئيسي هو "الفئة" طالما إن الممارسات مصنوعة أكثر لخدمة السلطة بكونها منظمة حول الفئات، واختلاف الفئات. جرى استكشاف طقوس الإعلام والممارسات الطقوسية حول وسائل الإعلام كأمثلة على الفئات في العمل ، بنهاية الكتاب سوف نكون انتقلنا من انتشار واضح لا حصر له للممارسة إلى فهم بعض الأشكال الاجتماعية الرئيسية المشكلة بواسطة وسائل الإعلام المعاصرة: تليفزيون الواقع، والأحداث الإعلامية، و"ثقافة" المشاهير.

في هذا الفصـل نستكشـف الآثـار المترتبـة الأشـمل لمثـل هـذه الأشـكال الاجتماعيـة الوساطية من أجل المعرفة الاجتماعية وتنظيم الحياة الاجتماعية. كما ذكرت في الفصل الثـاني، مشكلة "التأثيرات" هي إحدى أقدم وأصعب الدراسات في مجال الإعـلام : المضي قـدماً يعنـي أن نتجنب محاولة توضيح إن ما يعتقده الناس يتغير كنتيجة للتعرض لمحتوى إعلامـي معـين. لذا نحن مهتمون أكثر بما يفعله الناس بانتظام ، والظروف التي يسـتطيعون العمـل في ظلهـا. ثمة مفهوم أساسي في هذا الفصل هو التطبيع. بأساليب كثيرة ومتنوعة، لا تُطبع وسائل الإعلام "صورة" متماسكة للعالم، إنما أبعاد محـددة، وسـمات فئويـة و"حقـائق" تعطـل التفسـيرات البديلة للعالم، وبالتالي تُغرس هي نفسها اعتيادياً في كل فعل وفهم. بهـذه الطريقـة، تسـاهم وسائل الإعلام في تقدير ما يمرر إلى المعرفة الاجتماعية في المجتمعات الثرية إعلامياً. مرة أخرى أطروحة هذا الفصل تنتوي تكملة وليس إحـلال مـداخل الاقتصـاد السـياسي لسـلطة الإعـلام: تركيزها ليس على الانتاج الإعلامي أو اقتصاديات الإعلام ، وإنما عـلى الآليـة التـي مـن خلالهـا يصبح تمثيل وسائل الإعلام للعالم الاجتماعـي مغروسـاً في الممارسـة. غنـي عـن القـول، إننـا لا نستطيع تغطية إلا القليل من نقاط الدخول إلى هذا الموضوع الواسع.

التطبيع ليس خاصية حصرية لوسائل الإعلام فحسب: إنـه تـأثير كـل أشـكال القـوى التي تنشيء خريطة محددة لـ"ماهو" (بحسب عبارة بولتنسكي). هنـاك تـأثيران مترتبـان.أولاً، أين تتعارض خرائط "ماهو " الإعلامية مع خرائط القوى الأخرى)من مصادر الدين أو الدولة على سبيل المثال)، ثم قد يحدث نزع طبيعية تلك الخرائط الأخرى: الدور الحديث لتليفزيون الواقع في الشرق الأوسط مثالا حياً على ذلك. ثانياً، أين تتوافق خرائط (ماهو) الإعلاميـة مـع الخـرائط الأخـرى (عـلى سـبيل المثـال، مـن الشركـات القويـة، والحكومـة في الـديموقراطيات الليبرالية الجديدة مثل الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة)، النتيجة هي تطبيع مكثف، أو ما قد نسميه "تثبيت ملموس" لقيم معينة، وتمييز واستبعاد من الخطاب الثقـافي، والاجتماعـي، والسياسي. يحول هذا التثبيت مساحة حرية وسائل الإعلام الواضحة إلى منطقة من "التبـاين الدائم".

الطبيعة المميزة لسلطة وسائل الإعلام

فيما يلي ، أقدم تقديراً موضوعياً لسـلطة الإعـلام كشـكل مـن السـلطة الرمزيـة. أولا، مـع ذلك، يجب علينا التعامل مع بعض الاعتراضات القياسية لهذا التقـدير. أحـد الاعتراضـات هو الحجة القائلة إن وسائل الإعلام هي بالتحديد مؤسسات تتوسط بين القـوى المختلفـة (الاقتصادية، والسياسية، والعسكرية، والسياسية، والثقافية، والماديـة) التـي تشـكل العـالم وصراعها على السلطة. في هذه الرؤية لا يوجد أمر محدد لقوله حول مساهمة مؤسسـات الإعلام في السلطة. دعونا نسمي هذه الرؤية "الرؤية الكلاسيكية" لمساهمة وسائل الإعـلام في الانطولوجيا الاجتماعية: ذلك يُعتبر في مستوى أسـاسي ، لا تسـاهم وسـائل الإعـلام بـأي شيء في الأنطولوجيا الاجتماعية ، لكنها مجرد تتوسط كل القوى التي تفعـل ذلـك. بـالرغم من إنه من النادر قول ذلك بصراحة شديدة، فـإن بـافتراض شـيئاً مـن قبيـل تلـك الرؤيـة الكلاسيكية فقط يمكننا تفسير غيـاب وسـائل الإعـلام عـن معظـم النظريـات الاجتماعيـة، وعلم الاجتماع العام حتى أواخر الثمانينات ، وفي بعض الحالات ، حتى اليوم. من اللافـت على سبيل المثال إن كتاب جون سكوت **John Scott** الحُجَة حول السـلطة لا يـذكر شـيئاً عن وسائل الإعلام. في نفس الوقت، حتى إن كان بأسلوب مختلف تماماً، يعكـس مانويـل كاسيتلز **Manuel Castells** هذه الرؤية الكلاسيكية في كتابـه الابـداعي حـول مسـاهمة الشـبكات في المجتمـع المعـاصر والسياسـة. في التسـعينيات يصر كاسـتلز عـلى إن وسـائل الإعلام ليس لديها سلطة على هذا النحو (إنها لا تحدد على سبيل المثال المحتوى السياسي) ، وإنما تكون النقاط التي من خلالها تعمـل السـلطة الآن. في عملـه الصـادر حـديثاً، يـرى كاستلز المؤسسات الإعلامية كما في بعض الحالات لها إمكانات قويـة جـداً، ولكـن بصـورة أساسية في كثير من الأحيان مثل شركات أخبار مردوخ **Murdoch** تعمـل كـ"مفـاتيح" في فضاء الشبكات التـي مـن خلالهـا تتـدفق كـل السـلطة الآن. عمـل كاسـتلز، بـالرغم مـن كل إصراره الجريء على إن شبكات الإعلام الرقمـي تعلـن عـن عصر جديـد مـن السـلطة،

فإنه يظل صامتاً إلى حد كبير بالنسبة إلى كيفية عمل محتوى وسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية.

اعتراض آخر على التقدير الموضوعي لمساهمة وسائل الإعلام في السلطة من الاتجاه المضاد، هو القول إن وسائل الإعلام حولت بالفعل الانطولوجيا الاجتماعية كثيراً جداً لدرجة إنه لا يوجد منظور مميز عن وجود وسائل الإعلام: ونتيجة لذلك لا نستطيع تحديد اختلافات صنعتها مؤسسات الإعلام للسلطة. يصيغ بودريار **Baudrillard** هذا في مصطلح "نهاية العالم الاجتماعي". "ظاهرياً"، كما كتب، وسائل الإعلام "تنتج مزيداً من العالم الاجتماعي، وباطنياً تحيد العلاقات الاجتماعية، والعالم الاجتماعي في حد ذاته". في هذا العالم المُشبَع إعلامياً، "توقف العالم الاجتماعي عن أن يعتبر نفسه مساحة للمرجعية". كان بودريار أحد الأوائل الذين علقوا على ظهور تليفزيون الواقع ، مناقشاً في عام 1971 البرنامج الأمريكي "العائلة **The Family** ". كان استنتاجه المروع: "لم يعد هناك أي حتمية لتقديم النموذج، أو إلى النظر. "أنت النموذج!"..."أنت الأخبار"، أنت العالم الاجتماعي، الحدث هو أنت، أنت مُستخدَم، يمكنك استخدام صوتك".

كنتيجة لذلك، التليفزيون بالنسبة لبودريار توقف عن أن يكون وسيلة على الإطلاق: "حلول التليفزيون في الحياة، وحلول الحياة في التليفزيون". وفقاً لهذا التقدير - الذي، بالنظر إلى الصعود اللاحق الهائل لتليفزيون الواقع، يمكنك أن تعتبره إما نبوءة باهرة، أو تعميم موفق - لا يوجد شيء محدد لقوله حول العلاقة بين الإعلام والاجتماعي لأنه لا يوجد اجتماعي باق لم يغزوه "كود" التليفزيون". بعيداً عن مسألة ما إذا كان تحليل بودريار له أي أهمية خارج بعض المجتمعات الغربية القليلة (سنعود إلى مسائل المقارنة فيما بعد). فإن ثمة شيء غريب للغاية في تحليله. إنه يقرأ مثل رد فعل محموم لجسم نظرية قديم على آخر دخيل : كانت وسائل الإعلام هي الدخيل، وجسم النظرية هو علم الاجتماع (والفلسفة) الذي رأى المجتمع كواقع "مجمل"، وهي الفكرة التي لم تستطع الحفاظ على إدراك إن القيم التنظيمية لذلك

"المجمل" أصبحت ملوثة بحلقات التغذية المرتدة بين مؤسسة واحدة معينة (وسائل الإعلام)، والمواقع العشوائية للخبرة الاجتماعية. أياً كان السبب، تعلمنا محدداً قليلا مـن بودريـار عـن كيف تصنع وسائل الإعلام اختلافاً للعالم الاجتماعي.

يجب علينا، على أية حال رفض فكرة المجتمع باعتباره مجمل، والتركيز بدلا من ذلك على ما يسـميه جـون لـو **John Law** المؤيـد البـارز لنظريـة الشـبكة - الممثلـة، "العمليـات المتعددة للتنظيم الاجتماعي التقني". هناك أنماط من التنظيم التي "تعمل وتجسد نفسها في الشبكات الاجتماعية". رغم إن (لو) لم يلتفت إلى وسائل الإعلام ، فإنه لا يوجـد سـبب لعـدم تطبيق هذه الفكرة على ماتفعله وسائل الإعلام. بالطبع، تشهد المجتمعات المعاصرة تغيـيرات في طبيعة السلطة والشرعيـة، بالتأكيـد وسـائل الإعـلام حاسـمة في ذلـك التحـول. فهـم كيـف يحدث هذا يتطلب فهماً لشكل السلطة المميز لوسائل الإعلام.

طالما إن وسائل الإعلام تشمل رموزاً ، فإن هذا يجـب أن يبـدأ بفهـم السـلطة الرمزيـة. يظـل مفهوم "السلطة الرمزية" متخلف نسبياً. أحد التفسيرات لـ"السلطة الرمزية" يمكن أن يوجـد في كتـاب جـون ثومبسـون **John Thompson** الإعـلام والحداثـة **The Media and Modernity** واستناداً إلى ماكس فيبر **Max Weber**في النهاية، يصر ثومبسـون عـلى المركزيـة كبعد للسلطة مع البعدين السياسي، والاقتصادي. ولكـن هـذا التعريـف المحـدد لـ"السـلطة الرمزية" أقل ملائمة: السلطة الرمزية هي مجرد "القدرة على التدخل في مجريـات الأحـداث، للتأثير على أفعال الآخرين، وبالطبع صنع أحداث، عن طريق انتاج ونقـل الأشـكال الرمزيـة". هـذا التعريـف يلـتقط مـا تفعلـه عـدد مـن المؤسسـات الاجتماعيـة (وسـائل الإعـلام، الكنيسة،المؤسسات التعليمية)، لكنه لا يلتقط التأثير الأوسع الذي قد يكون لتركيـزات معينـة من السلطة الرمزية.

كل أشكال السلطة تعمل بطريقة مشتتة، ولكن السلطة الرمزية تؤثر عـلى المجتمع الأوسع بصورة أكثر انتشاراً من أشكال السلطة الأخرى (السلطة الاقتصـادية مثلا) بسبب إن الموارد الرمزية للمجتمع لا تتأثر فقط بما نفعله، ولكن بقدرتنا عـلى

وصف أيا ما "يحدث". يؤكد المفهوم القوي للسلطة الرمزية على إن بعض تركيزات السلطة الرمزية (على سبيل المثال، التركيز الذي تستفيد منه المؤسسات الإعلامية المعاصرة) كبيرة للغاية لدرجة إنها تسيطر على المشهد الاجتماعي كله، وتصل إلى حد سلطة "بناء الواقع". تركيز السلطة الرمزية هو على حد سواء حقيقة في حد ذاته، كما إنه عامل يؤثر على تمثيل كل الحقائق الاجتماعية (هذا الواحد موجود). لهذا فإن تأثيرات سوء التعريف متأصلة في التوزيع غير المتكافيء للسلطة الرمزية بأسلوب غير متأصل في أشكال السلطة الأخرى. يعترف المفهوم القوي للسلطة الرمزية فقط بالتأثير المشوة لتوزيع السلطة الرمزية غير المتكافيء على الفضاء الاجتماعي. فِهم مؤسسات الإعلام، اقترح إنه يتطلب هذا المفهوم القوي للسلطة الرمزية.

مثل هذه الرؤية للسلطة الرمزية هي سمة لعلم الاجتماع عند بيير بورديو. على نقيض نظرية بودريار المعممة للانهيار الداخلي الذي تحركه وسائل الإعلام للعالم الاجتماعي، يؤكد بورديو على إمكانية وصف عملية "بناء الواقع" ورؤية ما يفعله مثل هذا البناء في التداول: إذا كان الأمر كذلك، "يجب أن يعني "بناء الواقع" لبورديو ليس بناء الواقع كله الذي نعيش فيه حرفياً، إنما إنتاج أنماط من التنظيم التي يتم تطبيقها باستمرار وانتشار كافي لكي تعامل لأسباب كثيرة كنقطة مرجعية عالمية. لا ينفجرالواقع داخلياً في هذه الرؤية، ولكن إضفاء الطابع العالمي على هذه التوصيفات و التصنيفات ينشر ويرخص تعميمات و تفسيرات أخرى دون مقاومة أو اعتراض فعال. النتيجة هي "واقع" لأسباب كثيرة يبدو منسجماً ، ومنظماً، وغير قابل للتحدي، حتى ثباته يستند إلى سلسلة من التمييزات والاستبعادات الممنوعة من العرض على نطاق واسع، دون حتى لغة أساسية لوصفها.

يشير إيميل دوركايم **Emile Durkheim** في كتابه الأشكال الأساسية للحياة الدينية ***The Elementary Forms of Religious Life*** إلى أن الدين هو أسلوب المجتمع في التواصل مع نفسه. يمكننا أن نضع إلى جانب واحد نظرية دوركايم عن الدين ولكن يبقى جوهرها وهي فكرة "تحفيز وتنشيط تأثير المجتمع"

على الأفـراد.التـي اسـتندنا إليهـا بالفعـل في الفصـل الثالـث في تفسـيرنا للطقـوس والأحـداث الإعلامية. أحياناً تتحدث وسائل الإعلام دون هذا النـوع مـن قـوة "التنشـيط" (كـما في حالـة الأحداث الإعلامية)، والأهم طالما إنه الأكثر شيوعاً إن وسائل الإعلام تتحـدث بطريقـة تؤصـل هذا النوع من القوة في اللغة الطقوسية التي تستند إليها ضمنياً النقطة المرجعيـة للمجتمـع. اهتمام دوركايم بالعالم الاجتماعي تجاوز لحظـات الانفعـال الاجتماعـي الاسـتثنائية ليغطـي "كل أنواع الأفعال" حيث "المجتمع مرهف العواطف لديـه مـن أجـل [الشـخص] مـا يرتقـي للمشاعر التي لديه لنفسه. ويلاحظ دوركايم كيـف إن أسـاليب محـددة مـن الفعـل مؤيـدة اجتماعياً لها مكانة خاصة مستمدة من العمل الذي يفعلونه كممثلين.

بسبب إن هذه الطرق من التصرف شائعة، فإن الكثافة التي تبدو بهـا في عقـل كـل فرد تجد صدى في كل الآخرين، والعكس بالعكس. التمثيلات التي تترجمها داخـل كـل واحـد منا بالتالي تكتسب كثافة خاصة التي يمكن لمجرد الوعي الخاصة أن يتطابق بها بأي حال ... إنه المجتمع الذي يتحدث عبر فـم هـؤلاء الـذين يؤكـدهم في حضـورنا، إنـه المجتمـع الـذي نسمعه عندما نسمعهم، والصوت كله نفسه له نبرة لا يستطيع صوت الشخص أن يمتلكها.

هذه الرؤية الأساسـية لعمـل الشـكل، والغـة، والتصـنيفات، التـي تعتمـد عـلى أسـطورة المركـز الوساطي. بعض الكتاب الأوائل سجلوا نقاط دوركايم- تحليل بـادي سـكانل **Paddy Scannell** لبث التليفزيون والراديو الحي، وتقدير ديان **Dayan** وكاتز **Katz** للأحداث الإعلامية باعتبارهـا "خـبرات مشـتركة" ، وتوحيـد المشـاهدين مـع بعضـهم الـبعض مـع مجتمعـاتهم – ولكـن كـلا التقديران ينطويان على شيء مـن قبيـل الوظيفيـة العضـوية. مـن منظـور أكـثر تشـككا، يمكننـا متابعة اعتقاد دوركايم إننا نواجه لحظات تبدو إنها تقدم لنا شـيئاً "أكـبر" مـن ذواتنـا الفرديـة باستمرار في الحياة اليومية - شيء يمثل الرابطة الاجتماعية التي تربطنا كأعضاء أو مجموعـة أو مجتمع – إلا أن الإصرار على تلك الأشكال ارتباط لامناص منه بأساليب تمثيـل العـالم الاجتماعـي المتاحـة في ظـروف تاريخيـة محـددة. وجـودهم، بعـد كـل شيء، صـناعات (إعلاميـة) لإنتـاج

شيئاً مثل مواجهة دوركايم مـع العـالم الاجتماعـي؛ إنتـاجهم يسـتدعي ، إعـادة تـدوير العـالم الاجتماعي، ووضع مرجعية له ، وتلك المرجعيات تنتشر في الحياة الأوسع. هـذه الأنمـاط مـن التنظيم جون لو **John Law** متناقضة على نحو مضاعف: أولا، إنها منتجة من خلال عمليات محددة جداً في المؤسسات الإعلامية حتى يدعى إلى أقصى حد من تعمـيم التطبيـق (في ذلـك تتناول "المجتمع)؛ ثانياً بالرغم من إنها في حد ذاتها محددة فإنها موضوعة في الانتشار العـام، متجاوزة النموذج الأقدم من "التنشئة الاجتماعية" المنفذة في مجتمعات متمايـزة. مـن المهـم لنظرية الإعلام الموجهة اجتماعياً فهم التناقضات الناتجة .

تطورت صناعات الإعلام في ظل تنوع من الظروف المحلية كمنتجين عامين للتمثيلات الاجتماعية. النتيجة ليسـت تـرك الانطولوجيـا الاجتماعيـة لم تمـس (الرؤيـة الكلاسـيكية)، ولا تحطيم العالم الاجتماعي مثل مرجعية (نبوءة بودريار)، ولا حتى (رؤية الدوركايمية الجديـدة لديان وكاتز) لإعادة تزويد العالم الإجتماعي مباشرةً من خـلال المنتجـات الإعلاميـة. النتيجـة، بدلا من ذلك، هي التقديم إلى خبرتنا اليومية للتفاعل والخيال الاجتماعي كل تأثيرات السلطة والاستبعادات المتأصلة في العملية العملية. وداخـل أعمـق خبرتنـا المشـتركة، نجـد في العمـل- كـدودة غـير مرئيـة داخـل وردة الشـاعر وليـام بـلاك **William Blake** –طبيعـة خلافيـة في جوهرها للسلطة الرمزية لوسائل الإعلام، والتقسيم المحدد للعالم الاجتماعي بين هؤلاء الـذين لديهم منفذ للتركيزات الواسعة للسلطة التمثيلية الخاصة بوسائل الإعلام ، وبين أولئك الـذين ليس لديهم مثل هذا المنفذ. وهذا له عواقب رئيسية على القوة اليومية.

الأضرار المستترة لسلطة الإعلام

يولد تنظيم المجتمع حول مؤسسات الإعلام التـي تسـتفيد مـن التركـز الهائـل للسـلطة الرمزية نقصاً في صميم الحياة اليومية: "النقص" مُشَـكّل بسـبب العـيش خـارج العـالم المقدم لنا من وسائل الإعلام. بينما تتطلب القدرة على تعميم هذه الجملـة مزيـد مـن

البحث في عمل السلطة الرمزيـة وآثارهـا المترتبـة في مـدى مـن الـدول، والثقافـات الإعلاميـة (العامل الرئيسي هنا هو إلى أي درجة تشكل المؤسسات الدينية سلطة رمزية منافسة لوسائل الإعلام: انظر الفصلين السـادس والسـابع)، سـوف أركـز في الصـفحات القليلـة القادمـة عـلى المجتمعات التي فيها وسائل الإعلام قوة مسيطرة بلا منازع في تمثيل الحياة الاجتماعية.

لا أقصد إنكار إن وسائل الإعلام الحرة ديموقراطيـاً مهمـة وجيـدة بشـكل أسـاسي في التنظيم الاجتماعي. حتى إن عالم الاقتصـاد التنمـوي أمرتيـا سـين **AmartyaSen** قـال إنـه لا توجد أبداً مجاعة في مجتمع فيه وسائل إعلام حرة. حيثما ظهـرت مؤسسـات الإعـلام العامـة القوية تاريخياً، كانت مرتبطـة بالنهايـات الإيجابيـة للمشـاركة الاجتماعيـة والتعلـيم، كـما في ثلاثينات بريطانيا في حالة هيئة الإذاعة البريطانية **BBC**. وبالمثل، بعض أسوأ حوادث الإبـادة العنصرية في التاريخ حرضت عليها وسـائل الإعـلام الضـعيفة أو التـي تسـيطر عليهـا الدولـة: الصحافة الضعيفة، أو الراديو المُسيطَر عليه حكومياً في ألمانيـا النازيـة، والراديـو والتليفزيـون الممول حكومياً ليبر دي ميل كولينز **Libre des Mille Collines** الـذي حـرض عـلى الإبـادة الجماعية في رواندا **Rwandan**. ولكن لحسن الحظ هذه ليست الحـالات الطبيعيـة، ولفهـم تأثير وسائل الإعلام في معظم المجتمعات المعاصرة، نحتاج إلى أن ننظر أيضاً إلى الأضرار الأكـثر دقة (أو خفية) التي يمكن أن ترتبط بها حتى وسائل الإعلام "الحرة" الناضـجة تحـت ظـروف تاريخيـة محـددة. مـن توكوفيـل **Tocqueville** وحتـى الآن، لاحـظ المفكـرون الاجتماعيـون التوازن المعقد للنفع والضرر الاجتماعي المرتبط بمؤسسات الإعلامية القوية.

رؤى مبكرة

من المغري القول إن في المجتمعات التي فيها مؤسسـات الإعـلام حاسـمة في الحيـاة اليوميـة، فإن نقص مـوارد الإعـلام هـو، ببسـاطة، نقـص مـورداً أساسـياً ، وفي هـذه الحالـة لـن يكـون

الضرر المرتبط خفياً على الإطلاق؛ سوف يكون غياباً لأداة واضحة للعيش. لكن هذا التحليل ، بالرغم من أهميته في سياقات محددة (تنظيم السياسة: انظر الفصل الخامس)،فإنه لا يغطي شكلا أكثر دقة من النقص المرتبط بوسائل الإعلام. من المثير للاهتمام، إن مُحِلل عصر التليفزيون الأول هو الذي رأى هذا واضحاً. نيل جابلر **Neal Gabler** في تأريخه لتأثير التليفزيون والسينما على المجتمع الأمريكي، يكتب عن "تقديس االكاميرا":على النقيض،" ألا يكون في الفيلم، ألا يكون معترفاً [هو] أعمق شكل من الفشل في دولة الترفية". راؤل فانجيم **Raoul Vaneigem**، عضو في جماعة الموقفيين من المنظرين والنشطاء في ستينات فرنسا التي كان هنري ليفبيفر **Henri Lefebvre** مرتبط بها ارتباطاً وثيقاً، يضع النقطة الأكثر حدة : "آلية اغتراب الفُرجة تسيطر على مثل تلك القوى لدرجة إن الحياة الخاصة تصل إلى درجة أن تصبح معرفة بوصفها الممنوعة من الفُرجة" .

تشير صياغة فانيجيم إلى شيء أكثر دقة من إن وسائل الإعلام تضفي شكلا جديداً من المكانة الاجتماعية. نقطة فانيجيم **Vaneigem** هي إن الحياة اليومية في المجتمعات الوساطية تصبح مُعرَّفة من حيث النقص المدرك حديثاً. يصبح تعريف الحياة اليومية بإنها عادية فحسب : "فحسب"، أي، من خلال الرجوع إلى الحالة "الكاملة" المؤكدة لأياً ما يقدم في المشهد .

"الفرجة"، كما تفهمها الموقفية، هي العرض اليومي- من خلال وسائل الإعلام أو غيرها- للسلع المستهلكة التي تؤكد قيم الرأسمالية. على النقيض، أطبق فكرة فانجيم (إن الحياة اليومية أصبحت معرفة من حيث النقص التأسيسي) للقيمة الأكثر عمومية في أصل شرعية وسائل الإعلام المعاصرة باعتبارها مؤسسات اجتماعية: قيمة كل ما هو "في" وسائل الإعلام أعلى مما ليس فيها (انظر الفصل الثالث). من هذا المنظور، تصبح الحياة اليومية معرَّفة بافتقارها للتغطية الإعلامية، وافتقارها إلى أياً ما كان يجعل الحياة ملائمة للتغطية الإعلامية. نحتاج إلى تقييم ادعاء فانجيم:

هناك أنظمة تقييم ممكنة متعددة في الحياة اليومية.لكن هذ لا يعني تجاهل قدر "طرق التمثيل التي تم التوصل إليها في العموم"(إميل دوركايم)، والمستمدة من توجيه استهلاك وسائل الإعلام عبر جميع السكان. سوف أتطرق لاحقاً لتبعات انتشار وسائل الإعلام الحديثة.

الرغبة في أن تكون وثيقة الصلة أو جزء من بعض العروض البارعة التي تمثل العالم الاجتماعي ليس جديدا. ولكن الغرس العميق العالمي للفرجة (والتقديم الإعلامي عموماً) في الحياة اليومية يظل تناقضاً تصنيفياً، أو فجوة بين العوالم التي تمثلها وسائل الإعلام وبين تدفق الحياة اليومي. تتطلب هذه الفجوة سدها باستمرار، وحتى الآن، بسبب إنها مستمدة من الانقسام الدائم للعالم ضمنياً في علاقاتنا بوسائل الإعلام، ولا يمكن أبداً شغلها. هذا الفهم أو النقص يمكن أن يكون قوة مُولِدة عكسياً في الحياة الاجتماعية.

كما رأينا في الفصل السابق، تصف كارين كنور دور الصور الإعلامية في المجتمعات المعاصرة باعتبارها "هياكل من الغياب تتكشف". لا نحتاج لتتبع كنور في الاعتماد على التحليل النفسي لـ لاكان **Lacan** لندرك إنها التقطت جيداً المشاركة المفتوحة أمام الجميع في هذه الأضرار المستترة المتأصلة في حياة المجتمعات التي السلطة الرمزية الواسعة فيها مركزة في المؤسسات الإعلامية. نحن لا نتورط كثيراً في الرغبة (رغم إن أحياناً رغبة التعرض لوسائل الإعلام تكون حقيقية بما يكفي) ولا في النقص الذي يبدو إن حضورنا في وسائل الإعلام يعوضه : تناقص قليل لا يمكن الهروب منه أبداً إلا إذا أعدنا تعريف الحياة اليومية تماماً، أي وفقاً للأطر المرجعية البديلة. بالتوازي مع تقدير سينيت **Sennett** وكوب **Cobb** الشهير للأضرار المستترة للطبقة والذي هنا محدد تماماً طالما إن السابق يتضمن الشعور بالنقص الذي يتطلب (حتى إن لا يمكن إشباعه من خلال) تعلم أياً ما كان لدى هؤلاء الذين في مكانة طبقية "أعلى ". وسائل الإعلام – أو بالأحرى طريقتنا بأكملها في العيش مع وسائل الإعلام وتوجيه أنفسنا بواسطتها – وبالمثل تحفيز الشعور بالنقص الذي يتطلب (ولكن لا يمكن إشباعه من

خلال) التضمين في العالم المشكل بواسطة وسائل الإعلام . والأهم من ذلك، يـؤثر هـذا الـنقص على الجماعات الاجتماعية بشكل مختلف، بسبب إنه يقترح عرضا مـن الاعـتراف الاجتماعـي، منفعة لأسباب عديدة موزعة توزيعاً غير متكافيء.

هناك طرق كثيرة لتتبع هذا النقص. قد تكون أحد الطـرق بمثابـة مقدمـة للمعركـة على تعريف الحداثة الوطنية في البرازيل التي عمليات وسائل إعلامها القوية (لاسيما تليفزون جلوبو **Globo**) تخلـق بالنسـبة لكثـير مـن السـكان إحساسـا بـالعيش بالكـاد "عـلى حافـة" الحداثة. الآخر سيكون ملاحظة كيف قد تشعر الجماهير في الهند، بلد المتناقضات الكبيرة من الثراء والفقر وصناعة أفلام قوية تحتل المركز الثاني عالمياً، بالمسافة الكبـيرة بـين العـوالم التـي تقدمها بوليود لهم، كما لو كـانوا "مكتـوبين في فـيلم". في فرنسـا، بـالرغم مـن إعلامهـا العـام القوي، فإن الكثير من الحياة الاجتماعية غير مرئيـة بالنسـبة لوسـائل الإعـلام السـائدة، وفقـاً لـرئيس تحريـر بونـدي بلـوج **Bondy Blog** التـي أنشـأتها المجلـة السـويسرية لـو ابـدو **L'Hebdo** خلال أعمال الشغب في مدينـة بـانيلو **Banlieue** في بـاريس 2005 : "اتحـدى أي شخص أن يجد 10% من الموضوعات التي تغطيها بوندي بلوج في أي مكان في وسائل الإعـلام الفرنسية".

في المملكة المتحدة ، بدأتُ منذ 15 عاماً في تتبـع هـذا الـنقص في العمـل الميـداني مـن خلال التحقيق في قصص الناس عن علاقتهم بوسائل الإعلام الإعلامية. أحد الذين تحدثت معهم كانت ديبي **Debbie** عاملة طباعة في منتصف العشرينيات، تحـدثت معـي حـول وجودهـا في منطقـة ليفربـول دوك **Liverpool Dock** عنـدما بالصـدفة كـان ريتشـارد **Richard** وجـودي **Judy** مقـدما برنـامج المجلـة التليفزيونيـة الشـعبية آنـذاك (خاصـةً فقـرة التوقعـات الجويـة) يصوران: "هل تعتقـد، كنـت أتسـاءل إذا مـا كنـت سـأظهر في التليفزيـون... اسـتمتعت برؤيـة ذلك،والتفكير، يا للروعة! سأظهر على التليفزيون! كنت أقف هناك... أمي أسرعي! اديري القناة عـلى الطقـس! تعلمـين كنـت أقـف هنـاك" بالنسـبة لـديبي كـما للعديـد مـن النـاس، فـإن زيارة الأماكن الخارجية لأطول مسلسل بريطاني معروض مثل شارع كورونيشـين **Coronation**

Street (آنذاك ممكن: إنه الآن مغلق للعامة) أغلقت الفجوة بين عالم الإعلام والعادي ، على الأقل للحظة: "إنـه لـيس مجـرد أي مكـان في التليفزيـون الآن، إنـه في الواقـع مكـان ذهبـت إليه،لقد وقفت هناك في الواقع." بعض الزائرين الآخرين لشارع كورنيشن عبروا عـن رغبـتهم في التعرض للإعلام بطريقة أكثر مباشرة، على سبيل المثال بيـتر، عامـل في مطعـم، في منتصـف العشرينات أيضاً:

اقتربت من جراندا [شركة إنتـاج تليفزيـوني]...لأكـون قريبـاً [في شـارع كورونيشـن].لكـنهم لم يسمحوا لي...لم أعبأ، فقط الذهاب إلى كـابين[محـل في البرنـامج]، وطلبـت ورقـة، أو شـيئاً مـا وخرجت، لم أكن أود التحدث أو أي شيء. أن أكون عـلى التليفزيـون فقـط لمـرة.أعتقـد أننـي سوف أكون سعيداً وقتها.

يفسر بيـتر تـأثير الـذهاب لاحقـاً إلى برنـامج حـواري **talk show** في التليفزيـون كعضـو مـن الجمهور من حيث مقابلة التحول:" أصبحت مختلفا تماما الآن عما كنت معتاداً عليه...كنـت هادئا جداً، لم أحلم أبداً بالعمل في بار...أنا في الهـواء الطلـق الآن، أحـدث أي شـخص". هـذه التتبعـات لـلأضرار المسـتترة لوسـائل الإعـلام تتوافـق مـع دراسـة باتريشـيا بريسـت **Priest Patricia** على المشـاركين في الـبرامج الحواريـة، وتعطينـا نقطـة انطـلاق مفيـدة لفهـم عـوالم المشاهير، وإعلام الواقع بطريقة أوسع: ليس فقط كصيغة ضرورية اقتصادياً لصـناعة الإعـلام، ولكن كشكل اجتماعي يقدم نوعاً من الاعتراف من خلال المشاركة.

هناك أسباب وجيهة لأخذ الأضرار المسـتترة لوسـائل الإعـلام جـدياً. "الرغبـة في الحـكي" حاجة أساسية للإنسان، كـما يقـول الفيلسـوف أدريـان كافـاريو **Adriana Cavarero**،لـيس لأن لدينا نفس كامنة هناك لنعبر عنها، ولكن بسبب الرغبة الفريـدة لكـل وعـي مجسـد في "البحـث عن تفرد هويتة الخاصة" في القصة. بالنسبة لكافاريو، فإن ذواتنا القابلة للحكي هي، وكما كانـت، مُصدَرة في الخـارج ؛ مـن خـلال عمليـة تبـادل الحـكي مـع الأخـرين. لهـذا فـإن الأضرار المسـتترة المُؤسسَة في المجتمعات الوساطية من خلال علاقتنـا عـن بعـد بمؤسسـات السرد الكـبرى (وسـائل الإعلام) ليست تافهة. وقد تميزت كل المجتمعات واسعة النطاق في التاريخ ببعض من مثـل هـذه

الأضرار المستترة، اعتماداً على كيفية تكوين موارد سرد المجتمع، ولكن هـذا الضرر أكـثر بـروزاً في المجتمعات التي الأعلمة فيها مكثفة.

محاولـة إشـباع الـنقص الضـمني يجـبر النـاس عـلى الاتصـال، وأحيانـاً الصراع، مـع العمليـات المؤسسـية الكبـيرة في ظـل السـلطة المركـزة عـلى الإنتـاج السردي. هنـاك تعـاطف حقيقي مع قصص الناس الذين ذهبوا لشاشات التليفزيون لتقديم حياتهم للأخـرين، وبعيـداً عن كونهم أُشبعوا، وأنهم وجودا أنفسهم متضررين من التعرض للجمهور الذين استقبلوهم . بـالنظر إلى التقـدير الحـديث الـذي يقدمـه مشـارك في مسلسـل تليفزيـون واقـع(المنبـوذ **Castaway**) أذيع على شاشة هيئة الإذاعة البريطانية في عام 2000 الذي أخذ مجموعـة مـن الناس إلى جزيرة غير مأهولة في تاراناسي **Taransay** في الأرخبيل الخـارجي للسـاحل الشـمالي الغربي لبريطانيا لكي يعيشوا هناك عاماً. إذا نحينـا جانبـاً خلافـات المجموعـة العديـدة خـلال العام المعني، فإن الشغل الشـاغل لـرون كـوبسي **Ron Copsey** الأسـاسي كـان عـدم عدالـة عملية التمثيل في حد ذاتها، ومنظور هنا في حكمه لكيف كان يعامل الأخر:

حادثة في تاراناسي ظلت عالقة بذهني. أحد الأطفال سرق بعض الحلوى من غرفتي والمصـورة طلبت مني إجراء حوار أمام الكاميرا. رفضت، وبـررت ذلـك بـإن إذا البرنـامج نشر إن الطفـل حرامي، فستكون العواقب وخيمة عليه. فأخبرتني إننا عندما جئنا إلى البرنامج وافقنا على إن كل شيء قد يكون مسجلا: "إنـه تعاقـدي"،أبلغـوني بـذلك. أدهشـني عـدم اكتراثهـا بمصـلحة الطفل .

هناك ثمن مقابل محاولة إشـباع الـنقص النـاتج عـن علاقاتنـا المنقسـمة بوسـائل الإعـلام، وهـو تعريض تدفق حياتنا بأكمله إلى عمليـة صـناعية مـن التمثيـل "غـير المتماثـل" بصـورة عميقـة. عندما يفعل الناس ذلك، فإنهم يواجهون الطبيعـة الحقيقيـة للعمليـات الإعلاميـة، التـي كانـت محجوبة عنهم سابقاً. هذا الاكتشـاف المفـاجيء لحقيقـة العمليـة الإعلاميـة لاحظتـه في عمـلي الميداني المبكر على المحتجين الذين تم تمثيلهم لأول مرة في حياتهم في الأخبـار. الرغبـة المعـاصرة في الشهرة أو التعرض لوسائل الإعلام هي أكثر تعقيدا بكثير من البحث عن اعـتراف موضـوعي . إذا لم ندرك الطبيعة المركبة لعدم المشاركة -وأساسها في الانفصـال الحقيقـي المتأصـل في التركيـز

المؤسسي على الإنتاج الرمزي - لن نستطيع فهم كيفية تصرف هؤلاء الأشخاص عديمو المشاركة مع الأضرار الجديدة البعيدة عن الإخفاء، بالطبع إنهم يعانون في المشهد العام الكامل.

الابتكار في برامج إعلام الواقع البريطانية هو دمج ردود فعل الشخصيات في التغطية الإعلامية في البرنامج نفسه، كما حدث مع سلسلة السبيل الوحيد هو إسيكس **The Only Way is Essex** الذي أذيع في عام 2011 على محطة (**ITV2**)، والذي يبدو أنه مستوحى من حلقة ردود الأفعال التي ظهرت فيها جاد جودي **Jade Goody**، نجمة برنامج (مشاهير الأخ الأكبر) المثيرة للجدل في عام 2007، نعرض بمزيد من التفصيل حالة جاد جودي.

إطار(4-1) جاد جودي

أحد الأمثلة المثيرة للعمل من خلال الأضرار المستترة لقوة الإعلام كان حياة جاد جودي في الإعلام، أحد المتسابقات في برنامج (الأخ الأكبر) الذي أذيع في المملكة المتحدة، في عام 2002 التي تم طردها قبل نهاية العرض وتعرضت لعملية تشويه سمعة كبيرة في صحافة التابلويد البريطانية.

بدلا من الانسحاب من الآلة الإعلامية، ذهبت جودي أعمق، ونجحت بمساعدة وكلاء أعمال ماهرون في إعادة تقديم نفسها كشخصية مشهورة، مما أدى إلى اختيارها في برنامج مشاهير الأخ الاكبر في يناير 2007، وأدت تصريحاتها العنصرية في البرنامج ضد أحد مشاهير بوليوود، شيلبا شيتي **Shilpa Shetty** إلى ضجة كبيرة وفضيحة سياسية دولية عندما جرى تداول لقطات مقتبسة منها بين الجالية الهندية عبر اليوتيوب، نتج عنها عاصفة من الاستهجان كان على المستشار البريطاني جوردون براون **Gordon Brown** الرد عليها خلال زيارته الرسمية للهند مما أجبر جودي على مغادرة العرض.

أدت كارثة العلاقات العامة هذه لسحب الطبعة الورقية من سيرتها الذاتية

وأنتجت محاولة أخرى لإعادة شهرتها بصعوبة بالغة عبر رحلة "تكفير" إلى الهند. ولأن وسيلتها الرئيسية لتقديم نفسها كانت برامج إعلام الواقع ظهرت جودي في النسخة الهندية من برنامج الأخ الكبير، والمسماه (الرئيس الكبير**Big Boss**)، حيث كان عليها تحمل أن تخبرها الجماهير بتشخيص حالتها المرضية، وإصابتها بسرطان عنق الرحم في سن السابعة والعشرين. ربما عند هذه النقطة لم يكن هناك مفر من مسارها نحو مزيد من التعرض للجمهور متحملة فترة شديدة العلنية خلال إصابتها بمرض عضال، مما أدى إلى تشييعها في جنازة عامة في أبريل 2009 والتي بعث فيها نفس السياسي البريطاني (رئيس الوزراء البريطاني جوردون براون في ذلك الوقت) الذي كان قد أدان عنصريتها سابقا منذ أقل من عامين بتعازيه.

القسوة الناتجة من محاولة إشباع النقص المتضمن في الأضرار المستترة لوسائل الإعلام كانت مكشوفة بصورة كاملة في حياة جاد جودي. الثمن الذي دفعته جودي، كما عبرت عنه في آخر صفحة من سيرتها الذاتية الصادرة عام 2006، مقابل إنها "سمحت للجميع برؤية كل جوانب حياتي[ها]" كان باهظاً جداً: بالتأكيد باهظا بما يكفي ليثير تساؤلات أخلاقية حول دور وسائل الإعلام في اليومية الحياة، التي نعود في الفصل الثامن.

منذ ثمانين عاما، رثى والتر بنيامين **Walter Benjamin** فقدان الراوي الشخصي في عالم مُشبَع بالمعلومات الفورية. واللافت أكثر اليوم هو انتشار نموذج التقديم الذاتي الذي يهدد بتعريض الناس في مرحلة ما إلى العنف الرمزي المتأصل في الأسلوب التصنيعي لتقديم الحياة (وسائل الإعلام). في محاولة لأن يكونوا القصة، ويعيشوا داخل "فضاءات" أنشأها النظام الإعلامي، يفقد المشاركون في السرد الإعلامي

السيطرة على قدرة معرفة ما هو الأكثر قربا لهم: يصبح الانقسام المجرد الذي يكمن في الأضرار المستترة لقوة الإعلام متحققاً كألم مباشر وعلني.

علاوة على ذلك، وكجزء من العملية نفسها، تصبح مجالات واسعة من الثقافة الشعبية مدفوعة بالحاجة إلى "تلبية" النقص الذي نحن جميعاً موضوعين فيه عبر موقفنا كأعضاء "عاديين" في مجتمعات وساطية. يتداخل هذا النقص مع الصراعات العامة على الاعتراف التي تميز المجتمعات المعاصرة، ويعني التقسيم الطبقي من الاعتراف الاجتماعي الأوسع إن الرغبة في الاعتراف القائم على وسائل الاعلام منقسم اجتماعيا أيضا، في بريطانيا على الأقل على حسب الطبقة. من خلال إعلام الواقع، ومع ذلك، تنتج الأضرار المستترة لوسائل الإعلام "حلولا" (ما يسميه أكسل هونيث **Axel Honneth** أشكالا من "تحقيق الذات المنظم") الذي يتقاطع مع الضغوط الأدائية الأشمل في سوق العمل والارتفاع العام للفردية التنافسية.

الإعلام الرقمي كدمقرطة؟

ولكن بالتأكيد، قد تقول إن كل هذا قد تغير في عصر الإنتاج الإعلامي الرقمي الذي يمكن فيه لأي شخص أن يكون منتجا إعلامياً ؟ في الواقع ، ألم يحول انفجار إعلام الواقع في حد ذاته محتوى جداول البث الإعلامية؟ ماذا لو كنا حقا نرى أنفسنا الآن من خلال عدسة وسائل الإعلام؟ منذ خمسة عشر عاما كانت عبارة " شخص عادي " في بريطانيا تعني، دون شك، إن ليس لديه تجربة إعلامية. أحد المتظاهرين للمرة الأولى، لويز **Louise**، تحدثت معه في عام 1996 قال: "نحن مجرد أشخاص عاديون ليس لدينا تجربة مع وسائل الإعلام أو الاحتجاجات أو أي شيء"؛ وبكلمات شخص آخر، راشيل **Rachel** ، "كل الأشياء المثيرة في التلفزيون تحدث لأشخاص آخرين". هل تغير كل شيء الآن؟ قد يرى البعض الفيسبوك **Facebook** كموقع مفرط في واقعيته، حيث يواجه الشباب ما اسماه بودريار **Baudrillard** "نشوة الاتصالات"؛ وقد يقول البعض الآخر إن إعلام الواقع في جميع أنحاء العالم قد غير فهم الناس لحدود

الشبكة مبادرة تسويقية تتيح لمواقع الويب المختلفة الإعلان والترويج عن الأنشطة التي يقـوم بهـا الأعضاء عبر ملفاتهم الشخـصية في الفيـسبوك في صـورة إعلانـات إجتماعيـة تهـدف للتـسويق عـن المنتجات، وفي نوفمبر بلغ مجموع المنظمات والهيئات المتصلة بالشبكة 22000 منظم [4].

- **إحصائيات الاستخدام بموقع الفيسبوك Facebook:**

بلغ عدد المستخدمين للفيـسبوك وفقًـا للتقريـر الـذي أعدتـه شركـة ComScore في عـام 2008 إلى 222 مليون زائر، حيث وصف التقرير أن هذا النمو يزيد عن الأعوام السابقة بنسبة 127 %[5]. وفي يناير من عام 2009 نشرت شـبكة الفيـسبوك تقريـرًا يفيـد بـأن عـدد الأعـضاء الناشـطين بالشبكة بلغ أكثر من 150 مليون عضو، وأن أكثر من 50% من مستخدمي شبكة الفيسبوك تجاوزوا مرحلة المدرسة والتعليم الجامعى، وفي عام 2009 اكثر من 70 % مـن أعـضاء الفيـسبوك لا ينتمـون إلى الولايات المتحدة الأمريكية، ووفقًا لموقع alexa.com الخاص بترتيب المواقـع فيـشير الموقـع إلى أن شبكة الفيس بوك تستقبل يوميًا 5% نقره ولوج إليها باستخدام محركات البحث الأخرى، كما أن متوسط الوقت المستغرق لتصفح الشبكة من جانب الأعضاء يصل إلى 25 دقيقة تقريبًـا، و51 ثانيـه للصفحة الواحدة حتى يتنقل إلى الصفحات الأخرى. هذا وتشير إحصائيات موقع سـتيتكروب لعـام 2015 أن عدد الزائرين للموقع يبلغ يتجاوز 72 مليون زائر يوميًا[6].

- **تسجيل البيانات :**

بمجرد ولوج العضو إلى الشبكة والتـسجيل بهـا حينئـذ يُطلـب منـه تفعيـل حسابه من خلال ملئ عـدة بيانـات (الاسـم بالكامـل – البريـد الإلكـتروني – كلمـة

---

http://www.newyorker.com/archive/2006/05/15/060515fa_fact_cassidy.

فيديو. تعتقد ،والـلـه، هل ذلك بالفعل على التليفزيون ؟هـل ملايـين مـن النـاس يشـاهدون ذلك؟ لا تعرف، بصراحة كان علي في نهاية المطاف التسجيل على الشريط، لأنه كان يجعلنـي مستسلمة.

لم تستطع ديبي جراء ربط موثوق به بين الـدولتين (مـا يجـري عـلى شاشـات التلفزيـون ومـا يجري في البيـت)، وبـدأت في التشـكيك في حالـة التسـجيل: هـل كـان هـذا مجـرد جـزء مـن "الفيديو المنزلي"(مصنوع بالكامل خارج عـالم الإعـلام)؟ الثغـرة المعتـادة بـين وسـائل الإعـلام والعالم العادي لا يمكننا التغلب عليها عَرَضًا، إنها متضمنة بعمق في الاتجاهـات المُتعلَمَـة، وفي التفاوت الإجمالي في الموارد الرمزية في المجتمع. وهذا بغض النظر حتى عن أي تجربة سـلبية مباشرة من الظهور في وسائل الإعلام، مثل قصة المنبوذ **Castaway** المقتبسة سابقا.

قد يتطلب تزايد إعلام الواقع لعكس الأضرار المسـتترة لوسـائل الإعـلام تحـولا أكـبر بكثير من ظهور عشرات الآلاف من "الناس العاديين" على جـداول بـث تلفزيوناتنـا. بالنسـبة للأضرار المستترة لوسائل الاعلام المُشكلَة ليس من خلال غياب أي فرد معـين مـن الإعـلام، بـل من خلال التكوين الكامل للمجتمعات الوساطية: المبادئ الأساسية لهـذه الأضرار في الانقسـام الدائم للمساحات، والأوقات، والعوالم الثقافية للإنتاج الإعلامي عنها في الاسـتهلاك الإعلامـي. يتطلب عكس هذا التراتب الجغرافي تكوين تشكيل جديد تماماً من وسائل الاعلام والمجتمـع. كما يتطلب أن يصبح معظمنا معتـاداً عـلى أن يكـون مصـدرا منـتظما للمعلومـات المتداولـة علانية، أو على الأقـل أن يكـون عـلى معرفـة وثيقـة بهـؤلاء المصـادر. كـما يتطلـب أن يصـبح معظمنا رواة للقصص باسمنا، أو على الأقل لنـا رواة لقصصـنا يمثلوننـا عـبر الوسـاطات التـي يمكننا أن نتصور التأثير عليها (موقع عـلى شـبكة الانترنـت مشـاركين فيـه، أو مجموعـة نحـن نشطاء فيها، أو شبكة يمكننا التأثير عليها). عـلاوة عـلى ذلـك، يتطلـب ذلـك مـن معظمنـا أن يصبح معتاداً على الترفية على الأقل لبعض الوقت بمنتجات مـن خـارج المؤسسـات الإعلاميـة. سوف يشير الكثيرون إلى وفرة مقاطع فيديو الهواة على اليوتيوب كبداية لهذه الثـورة. ولكـن من النظرة الإجمالية ليس هناك أي دليل على إن هـذه الظـروف الثوريـة مُشـبعَة عمومـاً في مجتمع مثل بريطانيا .

إذا فكرنا في الصيغ التي أصبحت مهيمنة في إعلام الواقع البريطاني على مـدار العقـد الماضي، والتساؤل عما إذا كانت الناس قد اعتادت من خـلال ذلـك النمـوذج، عـلى أن يكونـوا رواة للقصص باسمهم، تشير الـدلائل في الاتجـاه الآخـر بشـكل رئـيسي. سـواء إذا نظرنـا عـلى اختيار المتسابقين، فإن عملية التحرير أو التفسيرات اللاحقة للأداء، والخلافات حـول السـلطة وفيرة. في الواقع، على مدى العقدين الماضيين كانت الأدوار الجديـدة التـي اسـتقرت في إعـلام الواقع ليست أدوارا للأفراد كرواة قصص مفوضين، ولكن أدوار من أجل السيطرة المؤسسية أو فلترة الحكي . في المملكة المتحدة، على سبيل المثال، تتضمن هذه الأدوار:

• المضيف برنـامج الخبـير (مثـل ترينـي **Trinny** وسـوزانا**Susannah**) الـلائي يحكّمـن الأداء ويمكن أن يطلبن من المتسابقين قبول نصـيحتهن إذا كانـت لـديهم فرصـة لاسـتكمال التحـول الذاتي الذي يستند إليه العرض ذو الصلة؛

• المعلق الخبير، مثل علماء النفس أو أخصـائي بـرامج التغذيـة، الـذي يحكـم الأداء عـن بعـد خلال فترة العرض، دون التفاعل المباشر ، أو

• عضو الفريق الخبير الذي يعلق على الأداء بأثر رجعي، كما هـو الحـال في برنـامج المتـدرب **The Apprentice**: أنت مطرود التي تتبع الحلقات الرئيسية في المملكة المتحـدة في سلسـلة (المتدرب).

على النقيض، برامج **UK Video Nation** خلقـت في أوائـل التسـعينات أدوارا جديدة نادرة لرواة القصص الفردية. وتميز التليفزيـون الانجليـزي بأشـكال جديـدة مـن طرق التدريس التي تستخدم العروض "العادية" كوسيلة مثالية للتواصـل مـع الجماهـير الوطنيـة. بعيـدا عـن دمقرطـة وسـائل الإعـلام، أصـبح "النـاس العـاديون" ذاتـاً وليسـوا موضوعاً في خطاب التليفزيون خلال العقدين الماضـيين في المملكـة المتحـدة عـلى الأقـل: نعـود في وقـت لاحـق إلى تقـاطع هـذه العمليـة مـع الليبراليـة الجديـدة الأشـمل. وفي الوقت نفسه، يبدو طلب الاعتراف في إعلام الواقع مكثفا، ومؤكـداً لمعقوليـة زعـم ألبرتـو

ميلوكي **Alberto Melucci** إن "الهيمنة الحقيقية اليوم هي الاستبعاد من سلطة التسمية."

نفس الشكوك ضرورية فيما يتعلق بالعديد من الاتجاهات الأخرى التي يبدو إنها تتحدى مركزية السلطة الرمزية ولكن لا ترقى إلى إعادة تشكيل علاقة "الناس العاديين" بوسائل الإعلام: المحتوى الذي ينتجه المستخدمون، والمدونات، وحشد المصادر. كل واحد منهم تطور مثير للاهتمام، ولكن إلى أي مدى هذا الإنتاج بارز في المشهد الإعلامي ويتبعه أفرادا عاديين؟ هل أي واحد منهم يمثل إعادة تشكيل للموارد الرمزية، متاح إلى عدد غير قليل من الأفراد خارج أوقات الاضطرابات السياسية؟ كما إن إمكانية إعادة تشكيل السرد المعاصر كلياً مثيرة كما أعلن عنها كُتاب مثل كلاي شيركي **Clay Shirky**، ولكن الشروط المسبقة لإعادة التشكيل لم يتم تحديدها بشكل كاف حتى الآن ، ناهيك عن تحققها.

وسائل الإعلام وتشكيل الخطاب العام

اهتمامنا في هذا الفصل بكيفية تشكيل الأضرار المستترة لوسائل الإعلام للعالم الاجتماعي. بدأنا الفصل بكيف حفزت القوة الإعلامية الشعور بالنقص على المستوى الفردي وهو ما يعمل كوقود لإعلام الواقع. اسمحوا لي الآن بالانتقال إلى عواقب أوسع نطاقا عبر الحياة الاجتماعية . لست مهتماً هنا بحالات الصراع الواضحة التي تتحدى فيها وسائل الاعلام السلطة القائمة مباشرةً، أو حالات تقدمها العالم الاجتماعي بطريقة مخالفة بشكل واضح لخبرة معظم الناس اليومية. ويستند الأثر الاجتماعي لوسائل الإعلام في الأنظمة الشمولية التي لا تحظى بشعبية على الصراع بشكل واضح، وهكذا لا يخفى إنه بالمثل في التلفزيون البريطاني خلال الخمسينات وحتى أوئل الستينات كان "الواقع اليومي" مبني من الخارج بوضوح. كان هذا عندما استطاع هوارد مارشال **Howard Marshall** ، مقدم برنامج (بيوت الآخرين **Other People's Homes**) أن يقدم تقريرا عن زيارته لأحد الأحياء الفقيرة في نيوكاسل

Newcastle: "عندما نسافر إلى أماكن غريبة، غالباً ما يحاول معظمنا تصوّر المكان الذي سنذهب إليه... أعرف الآن إن مخيلتي خذلتني". هذه الفئة من البرامج مستندة إلى سذاجة من الصعب تصورها الآن، على الأقل في بريطانيا، ولكن تظل تأثيرات وسائل الإعلام الأقل وضوحا، أو المستترة ، على العالم الاجتماعي مهمة.

البعض يشير إلى وسائل الاعلام عموماً كمرآة تشوه العالم الاجتماعي، ولكن قد تكون التأثيرات المستترة لوسائل الإعلام إيجابية. خذ على سبيل الطابع غير الرسمي التدريجي وتزايد درجة انفتاح التلفزيون والإذاعة البريطانية منذ أواخر الستينات فصاعدا. التلفزيون والإذاعة، كوسائل إعلام عادية لتمثيل الحياة الاجتماعية، أثبتت إنها أدوات قوية، كما لاحظ سكانيل **Scannell** في دراساته الرائدة عن الراديو، لتوسيع مجال "مجرد إمكانية الحديث عن"، وذلك ببساطة من خلال ممارستهم العادية من تحويل حياة الناس اليومية إلى مرجعية اجتماعية. ويتجلى إصدار محدد من هذه الأطروحة في تقدير جوش جامسون **Josh Gamson** للبرامج الحوارية الأمريكية **talk shows** و لقدرتها على جعل حياة الأقليات الجنسية منظورة و"موجودة هناك": البعض يقول إن نماذج العرض الذاتي عبر الإنترنت تعمل بالطريقة نفسها. ولكن كما انتهت دراسة جامسون فإن ثمن هذا العرض قد يكون باهظا: تأكيد الصور النمطية العامة و التسلسلات الهرمية حول التفضيلات الجنسية بالإضافة إلى التهريب في التمثيلات القياسية الأخرى الغامضة، إن لم تكن سلبية في تاثيراتها صراحةً. وعموما، كما يرى جمسون، كانت نتيجة البرامج الحوارية على الأقليات الجنسية إيجابية. ومع ذلك، هذه حالة محددة وصعبة. هل يمكننا الوصول إلى أي استنتاجات حول تأثيرات وسائل الإعلام المستترة على العالم الاجتماعي عموماً؟

دعونا نسلم بالأدبيات المهمة حول كيف تنتج التقارير الإعلامية أجندات منتظمة معينة أو أطرا للخطاب العام: بقدر اهتمام وسائل الإعلام بتمثيل العالم الاجتماعي وحدوده، تشارك المؤسسات الإعلامية في تعريف "المُطَّلعين"و"الدخلاء" في الخطاب الاجتماعي، وربما السياسي الدولي أيضا. دعونا نسلّم أيضا، ولكننا سنضع

ذلك جانباً في الوقت الراهن، إن النتائج المترتبة على تزايد سحب الاستثمارات من الإنتاج الإعلامي عموما في كثير من البلدان وتضييق الدخول إلى المهن الإعلامية الناتجة على أساس طبقي. ما تحت هذه العمليات المعينة هي ضغوط سردية طويلة الأجل متأصلة نتيجة للتفاوت في توزيع السلطة الرمزية وذلك ضار بما يكفي لاعتباره منفصلا عن الأضرار المستترة الممكنة لوسائل الإعلام. بعيدا عن الاختفاء في العصر الرقمي، هناك دلائل على إن هذه الضغوط تتزايد.

لاحظنا في إعلام الواقع نشوء السلطة التعليمية للمؤسسات الإعلامية عبر العديد من جوانب الحياة اليومية : الملبس، و العلاقات العاطفية الجديدة، والزواج، وديكور المنزل، والطبخ، وتربية الأطفال، والعناية بالصحة الشخصية، ومنع الجريمة، والتعافي من البطالة (هذه القائمة من البرامج لا نهاية لها). هذه السلطة الجديدة أفضل فهم لها ليس إنها نتيجة نية المؤسسات الإعلامية "الادعاء بإنها تمتلك السلطة في مجال معين. معظم البرامج التي ناقشناها، بعد كل شئ، لا تنتجها مؤسسات إعلامية جريئة وطموحة وواسعة الانتشار، إنما المؤسسات الصغيرة والمستقلة الموجودة من خلال بيع صيغ مواد إعلامية للمؤسسات الكبيرة و شبكات البث. تطبق تعقيدات أخرى على النطاق عبر الوطني: في التلفزيون يلعب ما اسماه جوزيف سترابهر **Joseph Straubhaar** "القرب الثقافي" دورا رئيسيا في التأثير على وسائل الإعلام التي يستهلكها الناس، ولكن هذا القرب يعمل في كثير من الأحيان عبر السوق التلفزيونية الإقليمية على أساس اللغة المشتركة أو التقارب الثقافي (العربي العالم، وشرق آسيا) من خلال تشكيل "رأس المال الإعلامي" الرئيسي للتدفقات الإعلامية دون أي علاقة بسيطة بالسلطة الوطنية. على الرغم من هذه التعقيدات، السلطة التعليمية لإعلام الواقع فعالة لسببين . الأول، إنها ضرورية، وهو أثر غير مقصود من لاحتياج المؤسسات الإعلامية لكل من التجارة في صيغ برامج رخيصة ، وفي أن تجد طرق يمكن الاعتماد عليها من أجل الحفاظ على اهتمام عدد كبير من السكان". الثاني ، إنها

تحمل شرعية، وإعادة تقديم الحياة اليومية باعتبارها "واقع" مُعتَمَد إعلاميا داخل الأسطورة الأوسع للمركز الوساطي.

إعلام الواقع هو شكل فعال اقتصاديا ورنان اجتماعيا (بتعبير إلياس **Elias**) ينتج صيغا سردية من المادة الخام للحياة اليومية. صيغ إعلام الواقع مختلفة عن التاريخ الطويل من القصة الإنسانية وأبواب المشاكل الاجتماعية في الصحف لأنها تنطوي على أداء "الناس العاديين" أمام جمهور كبير. تعليم إعلام الواقع يقوده الاعتبارات السردية، وليست النية التعليمية: سلسلة منتظمة من المزاعم مفادها إن هذا النوع من العملية المعالجة ينجم عنه ذلك النوع من النتائج بالنسبة للشخص الذي يظهِر هذا النوع من المهارات. من المسلم به، إن خبراء التعليم المنخرطين في إعلام الواقع يجب عليهم تأدية المهارات بأنفسهم، الأمر الذي يجلب المخاطر، ولكنها ليست أقل سلطوية من أجل ذلك. مصالح وسائل الإعلام - الهدف البسيط من الحفاظ على "آلة الواقع" مستمرة في إملاء مواقف الحياة – موجودة أينما يمكن ممارسة تلك التعليمية دون إعاقة. ونتيجة لذلك، يظهر المزيد والمزيد مما تقدمه لنا وسائل الإعلام على إنه "طبيعي" (كشرائح من الحياة اليومية) آخذة أشكالا مُشَّكَلة مسبقا لممارسة ذلك التعليم: آليات معينة من الحكم و التأمل الذاتي، وأشكال منتظمة معينة من التحول الذاتي. إعلام الواقع يجعل العالم الاجتماعي تلقائيا في تصويره الخاص، مقلصاً لغات الوصف الاجتماعي، وممارساً ضغطا تراكميا وثيق الصلة بـ"السلطة التعريفية".

بعض الروايات تُمنع تلقائيا باستخدام هذه العملية: على سبيل المثال، أي سرد يصر على أن عمليات الحياة اليومية عموما ليست مثل الألعاب التنافسية التي لها نتائج مقروؤة بسهولة (برامج المتدرب **The Apprentice**، غرف التغيير **Changing Rooms**) والأجزاء المعكوسة بسهولة (استبدال زوجة **Wife Swap**)؛ أي سرد يصر على أن أي مؤسسة أو وسيلة إعلام لديها المعرفة أو السلطة لتعلمنا "كيف نعيش". و في المقابل بعض الروايات يتم تشجيعها: تلك التي تعامل الواقع الاجتماعي على إنه

مُقدَر بسهولة، والمنتجة لاستجابات عاطفية قوية وفرصا واضحة للتحـول الـذاتي الـدراماتيكي والمشـهدية. والنتيجـة هـي ممارسـة "سـيطرة فعالـة" (عـلى حـد تعبـير دراسـة بريـنـدا ويـبر **Brenda Weber** الرائعة عن عروض التحول الأمريكيـة/البريطانيـة) التـي تكـون محايـدة اجتماعيا بالكاد.

لا نعرف حتى الآن إلى أي مدى ترسخت النماذج والمراجع المقدمة من خـلال إعـلام الواقع في السلوك الاجتماعي الأشمل في بلدان معينة: أعود إلى الآليات الممكنة المُستخدمَة في نهاية الفصل. لا يزال إعلام الواقع شكلا جديـدا نسـبيا في المنظـور التـاريخي الأبعـد. وسـوف يعتمد مصيرها على المدى البعيـد عـلى الدرجـة التـي تبـدو فيهـا الأشـكال الطقوسـية تعـالج الأضرار المستترة التي تُحدِثها قوة الإعلام وبالتالي توجه الناس في عرض شئ من قبيل الاعتراف الاجتماعي.

مع ذلك، من المفيد أن ننظر إلى أبعد من الطريقة التي يؤثر بها إعـلام الواقـع عـلى العالم الاجتماعي و النظر في أشكال أخرى معـترف بهـا منـذ أمـد أطـول مـن الأضرار المسـتترة الناجمة عن وسـائل الإعـلام . هنـا قـراءة برونـو لاتـور **Bruno Latour** (في تقـديره الفريـد لـ"الحداثة") للعلاقات المسـتترة بـين الشـبكات والفضـاءات مفيـدة للغايـة. بمجـرد أن ننظـر لوسائل الإعلام باعتبارها "شبكات تكنولوجية" موضوعة في الفضـاء، فـإن إغـراء تبنـي تفسـير وظيفي لكيفية ارتباط وسائل الاعلام بالفضاء الاجتماعي يختفي . كما يكتب لاتور: "الشبكات التكنولوجية هي شبكات مُلقاه في الفضاءات، ولا تحتفظ إلا بعدد قليل من العناصر المتناثرة من تلك الأماكن. فهي خطوط اتصال، وليست سطوحا. فهي ليست عالمية شاملة أو منهجيـة بأي حال من الأحوال، على الرغم من أنها تبنـي سـطوحا دون تغطيتهـا، وتمـد طريقـا طـويلا للغاية". يفهم لاتور الأفكار والمعلومات بنفس الطريقة- والسبب إن لديها كثير من القواسـم المشتركة مع شبكات تلفزيون الكابل أكثر مما لديها قواسم مع الأفكار الأفلاطونية". و تـذكرنا ملاءمة استعارة لاتور بإن وسائل الإعلام هي قبل كل شيء مكانيـة - توزيـع مكـاني للأفكـار و الصور.

وهذا يعطي حياة جديدة لرؤية قديمة مفادها إن وسائل الإعلام تصل منهجيا إلى مصادر السرد القريبة منها جغرافيا. وإن قيام وسائل الإعلام بذلك لا سيما مع مصادر الأخبار أو المصادر السياسية الرسمية معروفا منذ فترة طويلة، ولكن ذلك ليس ميزة متأصلة في الخطاب الإعلامي عادةً. مع ذلك وطالما إن الموارد المتاحة للإنتاج الإعلامي تنخفض بلا هوادة، فإن أشكال أخرى من الإفراط في الوصول تصبح مهمة: الإفراط في وصول جهود العلاقات العامة الخاصة بالممثلين المؤسسيين الذين هم من خارج وسائل الإعلام، ولكن قريبيين منها ، أو من "المصادر" التي تقدمها وسائل الإعلام نفسها. هذه الحجج يمكن مدها عندما ننظر إلى الديناميات الإقصائية في قلب تكنولوجيات الاتصال الجديدة مثل نظم المعلومات الجغرافية (نظم المعلومات الجغرافية **GIS**). وسائل الإعلام، في أحسن الأحوال، وبتعبير لاتور **Latour**، هي شبكة مرفوضة في الفضاء الاجتماعي من نقاط رسو محددة مقرها في تركيزات القوة الرمزية. بدأنا هنا في رؤية كيف إن الأضرار المستترة لقوة وسائل الإعلام تتجاوز النقص الفردي و تشمل ميزات منهجية لكيفية تَشكيل العالم الاجتماعي بالنسبة لنا جميعا، مما يجعل "العوالم الاجتماعية" الممكنة الأخرى غير مرئية، ولا يمكن تصورها، وتمثيلها . ويمكن تتبع هذه الظاهرة من خلال عدد من جوانب الثقافة الإعلامية المعاصرة.

الشهرة والجريمة

درسنا الشهرة في الفصل الثالث من وجهة نظر إضفاء الطابع الطقوسي. الشهرة ليست ظاهرة طبيعية، حتى لو إن الشهرة والإعجاب هما من سمات أي مجتمع كبير: الشهرة هي أكثر نتيجة محددة من اهتمام السكان نظرا إلى أنواع الناس القريبيين عمليا من العملية الإعلامية.

فشل تشخيص قديم للمشاهير بإنهم "ناس مُزيفون" في أن يرى إن هؤلاء المشاهير هم أيضا مركز نسبة ضخمة للغاية من التفسير الشعبي الذي يستمد صداه من العجز بالاعتراف الحقيقي تحديدا، وهو جانب واحد من الأضرار المستترة لوسائل الإعلام. بالتالي لا يمكن نبذ المشاهير كأنهم "لا شيء". المشاهير أشخاص حقيقيون يمثلون جوانب مهمة من المجال الاجتماعي، إنهم يمثلون ما يسميه دوركايم "طرقا للتصرف [التي] تم استباطها بشكل مشترك". لكن جوهر الحقيقة في تلك الانتقادات القديمة الموجهة إلى المشاهير تكمن في الاستثناءات المتأصلة في إنتاج المشاهير لما لا يمكن تعويضه أبدا من ثراء تفسيري في الثقافة الشعبية. الصيغ "كثيفة الشهرة" من العالم الاجتماعي مزدحم بصيغ عامرة بأنواع مختلفة من الفاعلين الجماعيين أو التمثيليين: النقابات العمالية والحركات الاجتماعية و منظمات المجتمع المدني. الاقتصاد السياسي حاسم هنا: أخبار المشاهير رخيصة الإنتاج، وبالتأكيد أرخص من إرسال المراسلين الأجانب إلى حروب أو حركات سياسية بعيدة. في حين إن هذه ديناميات منفصلة تماما؛ وتتعزز معا "لصالح" ثقافة الشهرة داخل البيئة الإعلامية المتغيرة اليوم. فإن لا شيء من هذا ينكر إن المشاهير أداة يمكن أن يستخدمها لاعبون محددون في الصراع الاجتماعي والسياسي نحو غاياتهم الخاصة (انظر الفصل السادس): مع ذلك نحن مهتمون بالتثبيت العام للشهرة كمرجعية في الخطاب العام.

مثال آخر مهم هو الجريمة. أصبحت الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وفقا لعالم الإجرام الأمريكي ديفيد جارلاند **David Garland** "مجتمعات مرتفعة في معدلات الجريمة" بمعنى مناقض إنها تتميز ليس بارتفاع معدلات الجريمة ولكن بارتفاع التصور للجريمة الناتج من ارتفاع الوزن النسبي الممنوح للجريمة في السرد الإعلامي عن العالم الاجتماعي. توفر الجريمة (مع مصادرها الرسمية الجاهزة، والضعفاء، والضحايا الجاهزين للكلام غالباً، والربط المباشر بالتربية الأخلاقية) مصدرا جاهزا للاستخدام في قصص وسائل الإعلام، كما تقدم جرائم محددة "لافتة" لوسائل الإعلام "مؤشرا إلى حالة المجتمع والنظام الاجتماعي". والفكرة ليست إن

وسائل الإعلام تخترع الجريمة أو "تؤسس" خبرتنا عنها، بل إن الاختيار المنتظم لوسائل الاعلام من قصص الجريمة للإبراز أصبح لعقود عديدة "يضفي الطابع المؤسسي على خبرة الجريمة": لهذا وصلنا إلى إن خبرة الجريمة أصبحت من خلال وسائل الإعلام "في متناول اليد "، سواء كانت ممارستها في في الواقع قريبة منا أم لا. وبعبارة جارلاند، و سائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية وفرت لنا بانتظام، فرصا يومية تلعب فيها بعواطفنا من الخوف والغضب والاستياء والولع الذي يستفز خبرتنا من الجريمة. هذه المأسسة تزيد من بروز الجريمة في الحياة اليومية، كما تناغم استجابة الجمهور. . .مع وسائل الإعلام التي من خلالها يتم إعادة تقديم الجريمة والتمثيلات الجماعية التي تؤسسها وسائل الإعلام بمرور الوقت.

الحكومة ووسائل الإعلام، الخطاب الشعبي والفردي يصبحان ممتزجين معا حول "التوافق" المقطوع من الأسس الواقعية التي تلمح إليها خطابيا. "تأثير التحول" الناتج يضفي الصلابة على أنواع معينة من الحقائق والشخصيات في المشهد الاجتماعي، ويمكن تتبعه في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وهولندا. وفي الوقت نفسه، ما تحت السرد البديل السطحي المُجَمَل (من الإفقار، والنضال، وعدم التنشئة الاجتماعية) مطموس. إذن المسألة ليست فقط المشهدية المألوفة للعالم الاجتماعي، ولكن عدم الاختيار لما هو موجود أمامنا بالضبط، ما يسميه نيك ميرزوف **Nick Mirzoeff** منطق " اللا مشهد".

هذه هي الأضرار المستترة للعالم الاجتماعي التي تنجم عن التركيز المتراكم للسلطة الرمزية في المؤسسات الإعلامية عندما تُترك العملية الإعلامية لتغذي نفسها. ولكن مثل هذه الأضرار لا يمكن النظر إليها بمعزل عن القوالب المؤسسية الأشمل. هل يعكس التصوير الإعلامي المبالغ فيه للجريمة في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وأماكن أخرى استراتيجية هجومية من الدولة لاستخدام الجريمة في معاقبة الفقراء (لويك واكنت **Loic Wacquant**) أو استراتيجية دفاعية لاستخدام الإجراءات المتصلة بالجريمة، من خلال وسائل الإعلام، لدعم الشرعية الضعيفة للدولة في الحداثة المتأخرة (جارلاند **Garland**)؟ وبما إن الدولة الليبرالية الجديدة هي الموقع المعقول

تماماً لكل من السياسة الاجتماعية الإقصائية والبيروقراطية الوطنية التي قـدرتها عـلى "إدارة" الأحداث اليومية تعتمد بشدة على وسائل الإعلام، فـإن الـديناميات الكامنـة يصـعب فصـلها. نعود إلى الليبرالية الجديدة في خاتمة الفصل.

عمل محركات البحث

تبرز بنية الإنترنت ونطاقها مشاكل أعمق من "الأضرار"، حيث إن جميع المعارف العامـة يـتم الوصول إليها، باضطراد، من خلال الممارسـات المسـتترة لمحركـات البحـث. ناقشـنا في الفصـل الثاني الدور الأساسي الذي تلعبه محركات البحـث الآن فـيما يستوضـحه أي واحـد منـا حـول العالم. مسألة الأضرار هنا معقدة ، لأن أجهزة الترشيح التي تعتمد عليهـا محركـات البحـث في حد ذاتها لا يمكن أن تعمل إذا كان فضاء معلومات الويب اللانهائي بشـكل فعـال "مسـطح" تماما: يحتاج فضاء الويب إلى أن يكون متفاوتا في الطرق التي تولد اختلافات يمكـن تسـجيلها إذا لم تكن في متناول العنصر الإنساني تماماً. تقيد طوبولوجيا الويب الأساسية (ميلها إلى البنـاء من خلال تراكم المحاور والعقد مع أعداد كبيرة من وصلات) ما يمكننا "رؤيته" حتى بمساعدة محركات البحث. يفضل نظام تصنيف الصفحة الخاص بـجوجل لتقييم ما بنود البحـث التـي تحصل على رتبة أعلى من الآخرين الصفحات التي لديها مزيد من الروابط لهم، وبالتالي تعزز آلية "المرفق التفضيلي" الذي يضمن إن الصفحات الشعبية بالفعل تصبح أكثر شـعبية. بعـض الآثار الرئيسية تلي ذلك. لأن الباحثون يميلون إلى قضاء أقل وقت وجهـد للوصـول إلى نتيجـة مرضية لبحثهم (بدلا من إنفاق المزيد من الوقت للحصول على نتـائج "أفضـل")، ولأن حجـم المعلومات (والاعتماد على محركات البحث) يزداد أضعافا مضاعفة، فإن من المرجح ألا ينظـر الباحثون إلى أبعد مـن الصـفحة الأولى مـن نتـائج البحـث الخاصـة بهـم. ونتيجـة لـذلك، أي "تحيز" مبني داخل جوجل أو أي مطور خوارزميات محرك بحث أخر، مالـك يكـن مكشـوف تماما، سيكون له تأثير متزايد على فضاء المعلومات الذي يظهر للمستخدمين.

وهذا له عواقب عميقة على الأخبار، على سبيل المثال: ليس فقط اعتماد العديد من مستهلكي الأخبار الآن على محركات البحث، والصفحات الرئيسيةو تغذيات ملخصات الموقع الغنية **RSS feeds** لفلترة الأخبار وفقا لاختياراتهم الشخصية، ولكن الصحفيين أنفسهم يستخدمون محرك البحث جوجل **Google** لاكتشاف وتتبع القصص، والكتابة، لكي يصبح المحتوى الذي ينتجونه يمكن البحث عنه بسهولة. ونتيجة لذلك، كسلطة رائدة في محركات البحث، يلاحظ ألكسندر هالفيس **Alexander Halavais** ، إن هناك أسبابا وجيهة لتوقع إن منطق وسائل الإعلام وديناميات محركات البحث يعززان بعضهما البعض بمرور الوقت، دون أي حاجة للتواطؤ أو التخطيط : أصبح الأكثر بحثاً على جوجل أحد "نوافذنا" الرئيسية على العالم، والأكثر صعوبة هو أن نرى هذه القوى الهيكلية المستترة ونكيف لها الممارسة العملية. وهذا له آثار على التوازن الجغرافي "للعالم" الذي نختبره والمتفاوت مُسبقًا، حتى إذا كان ممتداً في مداه، بطرق لافتة.

ومن ثم هناك نقاش كبير حول سياسة وأخلاقيات محركات البحث. ووفقا لتقييم حديث حول النقاش العام في وسائل الإعلام القديمة والجديدة، فإن "محركات البحث" قد تسكت النقاش المجتمعي واقعيا من خلال إعطاء مساحة أكبر للممثلين والمؤسسات القائمة"؛ أبعد من كونها فضاء لحرية المعلومات، الانترنت هي مساحة سوق حيث أنواع مختلفة من المعلومات (مدفوعة بمحركات بحث متنافسة) تتنافس على الاهتمام، رغم كل التفاوت الناجم عن ذلك. المُنَظِر القانوني الرائد لورانس ليسيج **Lawrence Lessig** يتجاوز ذلك قائلا إن الويب أقل "بنية ابتكارية" من "بنية السيطرة". وهذه السيطرة مستمدة من عوامل متعددة تشمل الكود المبني منه البنية الأساسية للويب والقيود المحددة مسبقا على الاستخدامات والتكييفات المتضمنة في صلب أجهزة مثل آي فون **iPhone** الذي يفرض برمجيات وواجهات مسجلة الملكية على المستخدمين. يمكننا القول إن تطبيقات الهاتف تمثل مجالا رئيسيا، كما قلت في

الفصل الثاني، حيث يجري إعادة تشكيل عالمنا التجريبي بطريقة تفيد كبري الشركات اللاعبة دون تلك العاملة المفتوحة للعرض.

إذا كانت تلك الانتقادات لبنية الانترنت المتطورة صحيحة، فإننا نحتاج ، كما يقول ريتشارد روجرز **Richard Rogers**، المزيد والمزيد من الأبحاث على التحيز الصريح في اختيار محتوى وعرض المواقع والبوابات على شبكة الإنترنت. كما نحتاج أيضا إلى "سياسة المعلومات الخلفية" التي تكشف القوى التي تشكل معارك المصادر المستترة لتصبح مرئية في العالم الذي يظهر لنا على الانترنت. يوفر لنا تاريخ بحوث وسائل الاعلام هنا شعور ديجافو[إننا عشنا ذلك من قبل]: دراسات السبعينات والثمانينات على "كثرة محددات" مصادر الأخبار المهنية لتغطية مصادر المعلومات أصبحت الآن جذرية لتغطية مصادر المعلومات التي يستخدمها أي منا. بمجرد أن نأخذ بعين الاعتبار دور المسوقين (سياسين أو تجاريين) في استهداف "حرية المعلومات" للتأثير على أفعالنا، فإن الحاجة إلى سياسة معلومات تصبح ماسة .

الاستنتاج

في هذا الفصل، كنا معنيين مباشرةً بتأثيرات وسائل الإعلام على أنطولوجيا العالم الاجتماعي. خلال جزء كبير من الفصل نظرنا في الأضرار المستترة التي تؤثر على الأفراد، ولاسيما تأثيرات وسائل الإعلام على الفهم الاجتماعي. انتهينا إلى الانحراف الخفي لـ"ماهو"على الإنترنت، والديناميكية التي تنطبق في أي بلد . مع ذلك يترك الجزء الأول من الفصل قضية التحليل المقارن بلا حل وهو ما أريد الرجوع إليه . قدم جزء كبير من هذا الفصل للديموقراطيات اليبرالية الجديدة مثل الولايات المتحدة والمملكة المتحدة حيث التربية الاجتماعية العرضية لوسائل الإعلام الحديثة، والبحث المركز لوسائل إعلام الدولة الحديثة على الشرعية يجمع في تعايش قوي ترابطا متبادلا بين مجالين مؤسسيين ضعيفين: قد يحفظ ذلك التعايش أسطورة المركز الوساطي الكامنة في المستقبل المنظور. وفي ظل تلك الظروف، تقدم لنا وسائل الإعلام

العالم الاجتماعي التي تجد "حلولها" في السياسة الضيقة التـي، بـدورها، تعتمـد عـلى وسـائل الإعلام في مرجعيتها "الواقعيـة"، والعـالم الاجتماعـي الـذي تاريخـه (مصـادر أملـه) انخفـض بشكل كبير إلى تاريخ تقديرات الإعـلام للعـالم الاجتماعـي. يلـتقط المنظـر الاجتماعـي الألمـاني نيكلاس ليهمان **Niklas Luhmann** هـذا التحـول في اسـتعارة لافتـة حـين يقـول إن وسـائل الإعلام تمدنا "بالقيمة الذاتية" للمجتمع. في ميكانيكا الكوانتم، "القيمـة الذاتيـة" هـي بعـض الخصائص المعينة تظل "قيمتها" العددية ثابتة، مهما كانت التحويلات الأخرى التي تحدث في النظام المتضمنين فيه. من خلال مجموعة معقدة من الضغوط، أهمها إعـلام الواقـع، تخـاطر بعض المجتمعات بأن يكون وضـعها الافـتراضي للإعـدادات، أو "قـيم" النشـاط الاجتماعـي أو الحقيقة الاجتماعية التي حولها العمليات الإعلامية تميل للاستقرار، نظـراً إلى تنافسـية الإعـلام ودينامياته الأدائية. والنتيجة غير مقصودة، ولكـن لهـا كـل صرامـة الأيديولوجيـة: أيـديولوجيا عرضية للعالم الاجتماعي.هل يكـون هـذا أحـد العوامـل المسـتترة في تثبيـت القـيم الليبراليـة الجديدة كإعدادات افتراضية في سياسة بلدان عديدة.

ولكن بالتأكيد، سوف تستجيب، الناس قادرون على التفكير وإلا سوف تقترح علـيهم وسائل الإعلام حينها! بالطبع إنهم، وكما أوضحت الدراسات الحديثة، مـاكرون خاصـةً في بنـاء إعلام الواقع. ولكن ،كما أكدت، لسنا معنيون هنا بأيديولوجية فهم نظـام الخطـأ أو الاعتقـاد المضلل. نحن مهتمون بشيء أكثر صـعوبة في التحـول: تنمـيط الأفعـال والانتـاج الـذي يحـدد الأشكال التي يُقدَم بها العالم الاجتماعي، وبالتالي تضيق المرجعيات المتاحة للحديث اليومي.

إذا مـا كـان مؤلَـف بـادي سـكانل **Paddy Scannell** عـن توسـيع راديـو المملكـة المتحدة في منتصف القـرن العشريـن لــ"مجـرد القـدرة عـلى الكـلام" لديـه القـوة. فلابـد أن يساعدنا على فهـم اتجـاه بحثـي في الاتجـاه المضـاد، وتقلـص "مجـرد القـدرة عـلى الكـلام "، مـما يقيـد توقعاتنـا لمـا هـو موجـود في العـالم الاجتماعـي . وبالتـالي عـلى سـبيل المثـال في هولندا، الحديث عن المشاهير لا يقدم بالضرورة دلـيلا عـن التماهـي مـع المشـاهير، ومـازال

تقليداً لهم أقل مباشرة، لكنه يقدم دليلا على كيف تكتسب أنواع معينة من السـلوك شرعيـة وتطبيع. وبالمثل في المملكة المتحدة والولايات المتحـدة عـروض التحـول التليفزيونيـة لا تنـتج أيديولوجية إيجابية للشخص، ولكنهم يحصلون عليها من خلال ممارستهم الطبيعيـة، تعطيـل أي معنى لـ"الذات الصالحة" التي لم يتم تحويلها جسديا من خلال "عمليـة التحـول الكاملـة ". في تلك البلدان، تُخلق المعايير الاجتماعية الجديدة بعيداً عن العضوية الاجتماعية الرسـمية ولكن تضـبط جيـداً لضروريـات السرد في الانتـاج الإعلامـي. القـيم الجماليـة (حـول جـودة الانتاج) وعمليات التقييم والتوصية المستندة إلى الشبكات الاجتماعية من المـرجح أن تـدعم، ولا تطعن في مثل هذه المعايير المستندة إلى الترفية. لا حاجة إلى نظام اجتماعي موحد لتعزيز اتساق مثل هذه المعايير؛ فاتساقها، في جزء منه، يرجع إلى الديناميات الكامنـة خلـف صـناعة الإعلام نفسها. والنتيجة هي مبدأ جديـد للأنطولوجيـا الاجتماعيـة، القـدرة المفترضـة لوسـائل الإعلام على التشكيل، وبعبارة بولتنسكي المثيرة للذكريات "كيف تبدو الأمور مع ماهو".

ولكن هذه ليست الإمكانية الوحيدة للتغيـير. تقـدم البلـدان التـي يظهـر فيهـا نطـاق جديد من مؤسسات الإعلاميـة قـادرة عـلى تحـدي الحكومـة والنخـب الدينيـة، ربمـا لأول مـرة بفاعلية (السعودية ،والصين)، منظوراً مختلفاً . الكتابة حول إعلام الواقـع في العـالم العـربي، كـما يلاحظ مروان كريدي إنه "بسبب إن ادعاءات تليفزيـون الواقـع إنـه يقـدم الواقـع، فـإن سـتار أكاديمي يفترض عالما معياريا". عالم أنت الذي تـرسي معـاييره بـدخول واقعـه المفـترض باعتبـاره حقيقة أو بأن تكـون متسـابقاً. حيـث تولـد عمليـات الإعـلام داخـل الصـناعة العـابرة للحـدود الإقليمية معـاييرا تتنـاقض مـع خـرائط العـالم الموجـودة (عـلى سـبيل المثـال الأديـان المحافظـة والايديولوجيات السياسية)، يحول نزع الجنسية الناتج مجال الترفية إلى منطقة ابداع اجتماعـي لا يمكن التنبؤ بها. هذا لا يستبعد إمكانية إن المعايير المستقرة في هذا الإعلام سوف تولِد أضراراً خفية على المدى الطويل، إنه يكاد يتعارض مـع ديناميـات الرغبـة الفرديـة والضرر المركـز عـلى الظهور الإعلامي المذكور سابقاً في هذا الفصل. ومع ذلك فإن هذا الانفتاح للخطـاب العـام مـن

خلال أشكال الإعلام في مناطق الصراع الشديد مثل الشرق الأوسط يستحق نظرة عن كثب.

يجب أن تعترف نظرية الاعلام الموجهة اجتماعياً بكلا النتيجتين. ويؤثر تعقيد مماثل على علاقة الإعلام المباشرة بالسياسة، وهو موضوع الفصل التالي.

الفصل الخامس

مجتمع الشبكة، والسياسات الشبكية؟

"حولت البنية الأساسية الإلكترونية للعالم الكوكب بكامله إلى سوق للأفكار...ولهذا نشهد ثورة حقيقية؛ السلطة تنتقل حقيقةً إلى الناس".

والتر ريستون **Walter Wriston**

"لا تتناسب [الانترنت] تماماً مع الطريقة التي يندمج بها الناس في المجتمع سياسياً ... الإنترنت هي أحد أشكال السينتوبيا **Syntopia** [نمط من المزج بين البرمجيات] وامتدادا لها، ولكن لازالت تتكامل بشدة مع قنوات وعمليات الاتصال الأخرى من الاتصال وجهاً لوجه، والاتصال الوساطي".

جيمس كاتز **James Katz** ورونالد رايس **Ronald Rice**

"إرساء الديموقراطية عملية ديناميكية غالباً ما تظل ناقصة، وتنطوي دائماً على خطر الارتداد إلى اللاديموقراطية"

تشارلز تيلي **Charles Tilly**

كانت نظريات الوظيفية المجتمعية تعتمد على افتراضات في أوائل منتصف القرن العشرين، أصبحت الآن قديمة، أينما كنا: أصبحت افتراضات النظام الاجتماعي

الواحد، والمتكامل تماماً مع القيم الاجتماعية، والعمليات الاجتماعية محدودة بحدود الدولة الوطنية. تتحدى النظرية الاجتماعية المعاصرة هذه الافتراضات. شكك برونو لاتور **Bruno Latour** في فكرة "الاجتماعية" كموضوع للتحليل، مقترحاً علم اجتماع للاتحادات **sociology of associations** أو أسيسيولوجي **associology**. بالرغم من هذا أوضحت في الفصول الأربعة الأولى إن، بدايةً من الافتراضات الدُنيا حول النظام الاجتماعي- بالطبع بدايةً من نقطة الانطلاق الواضحة إن هناك تعددية في القيم، وليس "مركز" تفسيري للمجتمع ، ولا "مركز" متماسك لعمليات الإعلام – نستطيع تفسير كثير من الضغوط الجاذبة في وسائل الإعلام والحياة الاجتماعية المعاصرة . وبهذا المعنى يمكن إصلاح جوانب تقديرات المجتمع المبكرة، بالرغم من الحجج المختلفة وتحت ظروف انطلاق عبر وطنية على الأقل الآن جزئياً.

ولكن ماذا عن الإمكانات التحويلية التي تنبع من الميزات الجديدة جذرياً للإعلام الرقمي؟ ماذا لو كان الإعلام الرقمي يتضمن في داخله أساسيات لعالم اجتماعي جديد، وسياسات جديدة؟ هذا كان أملا لكثير من الكتاب المعجبين بطبيعة النشر الاجتماعية لـ"ويب 2". ترافقت توقعات الأشكال الجديدة من الاتصال السياسي والاجتماعي وحتى السياسية جذرياً مع الموجات السابقة من التغيرات التكنولوجية: بالنسبة لقرن الطبقة العاملة الأوربية التاسع عشر،مثلاً، تعلقت الآمال على المنشورات السياسية. وفي النصف قرن الماضي، تشوهت التقديرات للإنترنت بما أسماه فينسنت موسكو **Vincent Mosco** ساخراً "الذروة الرقمية". ولكن سواء بالغنا أم لم نبالغ يجب أن نعترف إن الإنترنت مصدرا عظيما للابتكار المؤسسي لإن ممارسات الاتصال الرقمي، مثلما كانت الصحف منذ قرنين مضوا، شكلت مواردا مع قوة المؤسسات. ووضعت أحداث الربيع العربي في 2011 مثل هذه النقاشات في بؤرة الاهتمام.

احتمالية أن تكوِّن أشكال وسائل الإعلام الرقمية والبُنى الأساسية بحد ذاتها وسائل بناء نوع مختلف من التنظيمات الاجتماعية- دون المراكز الاجتماعية المسلم بها في 200

عاماً الماضية – شيء ملهم سياسياً ، ولكن دعونا نتذكر في البداية أمرين. الأول الحكومات، ووسائل الإعلام، والشركات، وحتى عناصر عديدة في المجتمع المدني لديها مصلحة مكتسبة في تجنب مثل هذه إعادة التنظيم الأساسية (موضوع السلطة ناقشناها بالفعل في الفصل الأول)؛ الثاني، التنبؤات بالتغيير السياسي والثقافي استناداً إلى خصائص وسائل الإعلام تميل إلى الاعتماد بالأحرى على تقدير دقيق للعمليات الاجتماعية. وهذا ليس، وفقا لـ"لاتور"،لأن "الاجتماعية" غير موجودة، ولكن بسبب تقدير "قوام" الحياة الاجتماعية المُمَكَنَة رقمياً، ومواردها من الانخراط السياسي يظل قابلا للتطوير . كما سوف نرى في الجزء الثاني من الفصل هناك عوامل كثيرة تشير إلى تقييم أقل تفاؤلا لآثار وسائل الإعلام الرقمية على السياسة الديموقراطية. الكثير منها يعتمد على أي جزء من العالم، وأي قالب مؤسسي، وأي سياق ثقافي نناقشه. وسوف يساعدنا فهم هذه العوامل على فهم لماذا ظلت المقولة التكنوليبرالية لوالتر ريستون **Walter Wriston** المصرفي السابق ببنك سيتي كورب (المقتبسة بالأعلى) والتي قيلت قبل اختراع الويب حتى اليوم بعيدة عن التحقيق كعهدها دوماً، ولماذا الحذر من الاقتباس الثاني والثالث المذكور بالأعلى ضروري.

بينما هناك العديد من النظريات المتنافسة (ليبرالية، أوجمهورية، أو غرضية، أو نخبوية) لكيفية عمل الديموقراطية، فإن أطروحتي هنا لا تستند على اتخاذ موقف معين من تلك القضية. على أقصى تقدير، أبدأ من فرضية إن الدمقرطة جيدة ولهذا الغرض، كما يقول شيلدون ولين **Sheldon Wolin** ، فكرة :الديموقراطية" قائمة على ثقافة تشجع الأعضاء على المشاركة في المساعي العامة... كوسيلة للعناية بجزء محدد وملموس من العالم وأشكال الحياة.

الاجتماعية المفقودة

انتجت الإنترنت، بسبب سماتها الشبكية الأساسية، إمكانيات جديدة للاتحادات، والتعبئة، والعمل السياسي. تلخص سارا بنتيفجينا **Sara Bentivegna** الامكانيات

السياسية للويب في "التفاعلية"، و"الوجود المشترك"، و"اللا وساطة"، والتكاليف المنخفضة، "والسرعة"، وقلة الحواجز. نستطيع الآن اللقاء والتنظيم سياسياً مع ناس لا نعرفهم، ولا نستطيع رؤيتهم، وأن نفعل هذا بسرعة كبيرة، عبر الحدود المحلية، والإقليمية، وحتى الوطنية. البعض يرى هذا كبداية لوضع سياسي أكثر حوارية، وأقل رسمية. والبعض الآخر أكثر تشككا، على أي حال، هناك آليات جديدة للتنشئة السياسية علينا التحقق منها.

ثلاثة تقديرات لازدياد التعقد تصر على إن دور وسائل الإعلام في المجتمع والثقافة السياسية هو التغيير الجِذري: تقدير هنري جينكيز **Henry Jenkins** لـ"ثقافة التقارب"، وكتاب الباحث القانوني يوشاي بنكلر **Yochai Benkler** ثروة الشبكات، وكتاب مانويل كاستل الأخير سلطة الاتصال، المبني على مؤلَفه السابق المكون من ثلاثة أجزاء عصر المعلومات.

يبدأ هنري جينكينز **Henry Jenkins** من النقطة المرجعية الرئيسية لصناعات وسائل إعلام اليوم (وبالطبع يساعدنا على التوضيح)، أي "التقارب": "تدفق الإعلام عبر منصات متعددة، والتعاون بين صناعات وسائل متعددة، وسلوك أغلبية جماهير الإعلام الذين يذهبون تقريباً إلى أي مكان في البحث عن كل أشكال خبرات الترفية التي يريدونها. جينكينز مهتم ليس بالتغيير الأساسي في أنظمة الإرسال الإعلامي ، ولكن بالتغيرات في "البورتكولات المرتبطة" بالاستخدام. وتقدير جينكينز مبني بشكل مفيد على أساس ثقافات استخدام الإعلام وما هو أسميناه في الفصل الثاني "الممارسة المتصلة بوسائل الإعلام". تغير تبادلية واجهات الإعلام- القدرة المسلم بها الآن على إرسال صورة، أوفيديو، أو رابط ويب، أو أغنية، أو نص إلى أي شخص آخر- الكثافة التي معها يمكن تداول المحتوى الإعلامي وبالتالي تكثف التفاعل الاجتماعي للتشبع الإعلامي. التعاون الاجتماعي لأشكال وسائل الإعلام الجديدة الغنية سهل في عصر الإعلام الرقمي، كما يوضح جينكينز أيضاً، أصبحت صناعات الإعلام – الأكثر اهتماما بجذب ولاء جماهيرها واهتمامها أكثر من أي وقت

مضى- حريصة على تحفيز تلك العملية: انخراط جمهور الإنترنت ليس قابلا للتبع بسهولة، كما أصبح مصدر صناعة لا غنى عنه. وبالتالي "ثقافة التقارب" موجودة: بعض المشجعين المنخرطين بقوة في عمل معنى وثيق الصلة بواجهات تسويق وإنتاج صناعات الإعلام. يعطي كتاب أمثلة حية كثيرة لمثل هذه الثقافة: مثلا "المشجعون" على الانترنت لبرنامج اللعب التوثيقي الناجي **Survivor**.

قصة جينكيز مهمة جداً لصناعات الإعلام؛ كما تناسب أيضاً علاقات التسويق المستهدَفة الأكثر انفعالية، والأكثر شخصية، وأصبحت تقريباً الأورثوذكسية الجديدة، على الأقل خلال الإعلام والدراسات الثقافية، ولكن ما الذي تضيفه لفهمنا الأوسع للمجتمع والسياسة؟ يقدم جينكينز استعارة لكيف ينبغي علينا فهم ثقافة التقارب: "الآن نافذتنا الأفضل لثقافة التقارب تأتي من خلال النظر إلى تجربة المستوطنين والسكان الأوائل". بالتأكيد، يمنح المتبنون الأوائل نافذة لأنواع من الممارسات التي يريدها جينكينز كمقدمة، ولكن لماذا افتراض إن هذا أيضاً أفضل نافذة على ثقافة تقارب أوسع؛ أو أن هناك مثل هذا الشيء باعتباره ثقافة تقارب عامة؟ لا يمكن أن يكون السبب يرجع إلى إن هؤلاء "المتبنون الأوائل" نموذج ديموجرافي: كما يعترف جينكينز، "إنهم بشكل غير متناسب بيض، وذكور، ومن الطبقة الوسطى، وجامعيون"، ولا يمكن أن يكون بسبب إنهم، كمعجبون ، نموذج لانخراط مع وسائل الإعلام أوسع. أوضحت الدراسات على المعجبين إن ،بالنسبة لأي شيء إعلامي، هناك طيف من الانخراط والاستثمار العاطفي ولكل واحد منا وضع مختلف على طول هذا الطيف اعتماداً على الشيء الذي أخذناه كمثال. ولكن يصر جينكيز على إن سلوكيات المعجبين التي يصفها هي نموذج لشيء ما: من "ثقافة المعرفة الجديدة"، والتي يتزايد أهميتها باضطراد مثل انهيار الروابط الاجتماعية الأخرى، "أسلوب أكثر ديموقراطية" جديد من الانتاج المعرفي الذي يساهم في مزيد من "شكل تشاركي من السلطة"، و أسلوب جديد من "الذكاء الإبداعي".

ما هو الدليل على تلك المزاعم؟ ربما أجرأ حجج جينكيز على لماذا قد تكون هذه الشرائح من "ثقافة التقارب" مهمة هو إنها تسلط الضوء على المهارات المتقاربة التي نتعلمها الآن كجمهور (التصويت، والتداول، والتعليق، وتشكيل مجموعات ضغط، وغيرها)، والمهارات التي سوف ننشرها، كما يقول جينكينز، " لأغراض أكثر "جدية"، وتغيير الأساليب التي يعمل بها الدين، والتعليم، والقانون، والسياسة، والإعلان، وحتى الجيش. ولكن هذا إما بديهي – جميع الإمكانيات الجديدة من التعاون الاجتماعي على الإنترنت متاح تبنيها فيما يتعلق بالترفية، والتنظيم السياسي، وأي مكان آخر- أو إنه ادعاء واسع جدا حول المجال السياسي: أو ما هي الدلائل لدعم ذلك الادعاء الكبير؟ معظم ما يحلله جينكينز باعتباره ثقافة تقارب يمكن وصفه باعتباره سياسة استهلاكية. بلا شك كانت السياسة الاستهلاكية شكلا مهما من العمل السياسي سواء اليوم أو خلال التاريخ الحديث. لكن هذا لا يقول شيئاً حول أهمية السياسة الاستهلاكية بالنسبة لأشكال السياسة الأخرى، على سبيل المثال النضالات على الحقوق العمالية، أوالتمثيل السياسي، أو توزيع الموارد الاجتماعية والاقتصادية. أهمية المعجبين تتعارض مع تلك الأنواع من السياسة يجب تبريرها بشكل منفصل، ومثال جينكينز لأسلوب نضال التشويش الثقافي حول حملة هوارد دين القصيرة من أجل الترشيح الرئاسي الديموقراطي في 2004 لا يستهان به. بالإضافة إلى إن مفهوم جينكيز لـ"ثقافة التقارب" مصاغ على الممارسة الأمريكية حصرياً ، وعلى شريحة محددة جداً من الحياة الأمريكية في ذلك. يسأل أنيكو أمرز **Aniko Imres** هل هناك ثقافة تقارب في بلدان مثل أوربا الشرقية حيث ممارسات الانتشار مستوردة على نطاق واسع؟، وحيث الأشكال الثقافية الأمريكية تعامل بشك عموماً؟ تحتاج استعارة من "ثقافة تقارب" واحدة لتعريف العصر الرقمي إلى التعامل معها بحذر على الأقل. التدخل المهم ليوشاي بنكلر في تنظيم الإنترنت والسياسة قائم على حجة مزيد من السلطة العامة: في العصر الرقمي تغيرت اقتصاديات الانتاج الثقافي في كل مكان جذرياً . في كتاب ثروة الشبكات يكتب بنكلر أن :

تكلفة رأس المال العالية التي كانت شرطاً أساسياً لجمع، وتشغيل، وتوصيل المعلومات، والمعرفة، والثقافة أصبحت الآن موزعه على نطاق واسع في المجتمع. لم يعد حاجز الدخول الذي تشكله التكلفة يقدم نقطة تكثيف للمنظمات الكبيرة التي هيمنت من قبل على بيئة المعلومات. بدلا من ذلك ظهرت نماذج من المعلومات والانتاج الثقافي لا مركزية جذرياً ليس استناداً إلى أنماط ناشئة من التعاون والمشاركة فحسب، وإنما أيضاً من وجود تنسيق بسيط بدأ يأخذ دوراً أكبر من أي وقت مضى في كيفية انتاجنا للمعنى.

كما يوضح بنكلر، انعكاس التركيزات الاقتصادية للانتاج الإعلامي الصناعي هو جزئي فحسب؛ أشكال من "التبادل" غير المرتبطة بالسوق، و سوف تتواجد بنية المعلومات البديلة التي تمكّنها ، في أحسن الأحوال، إلى جانب هياكل الإعلام المعتمدة على السوق. لكن ذلك لا يبهت رؤية بنكلرلنموذج السرد الاجتماعي الجديد تماما: بالطبع هو ناقش إن "لدينا فرصة لتغيير الطريقة التي نصنع ونتبادل بها المعلومات، والمعرفة، والثقافة. هل هذا ما يناقشه أندرو شادويك **Andrew Chadwick** ، بداية التغيير في فرص الناس في المساهمة في عمليات سياسية أوسع؟ من المحتمل، لكننا نحتاج أيضاً للاعتراف ببعض الحدود لتحليل بنكلر.

أولا، في تحدي الاقتصاديات التقليدية لانتاج المعلومات، يضع بنكلر افتراضات أساسية من تلقاء نفسه. افتراض واضح هو انخفاض [تكلفة] الطرق الميكانيكية لاستشعار بيئتنا، ومعالجتها، وتوصيل بضائع معلوماتية جديدة كثيراً في شبكات الكومبيوتر". هذه ليست نهاية القصة بالنسبة لبنكلر طالما لا يزال شكل رئيسي آخر من رأس المال، و"القدرة التواصلية الإنسانية" نادرا إذا نظرنا فقط على مواقع محددة، على الرغم من تغلب القدرة التوزيعية للإنترنت على هذه الندرة حيث مهام الانتاج والتوزيع يمكن تجزأتها إلى وحدات من خلال ما أسماه بنكلر "تحبيب" العمل الثقافي. في نطاق آخر، مع ذلك تمثل التغييرات الجذرية الأخيرة في إنتاج الأخبار انسحابا لرأس المال من غرف أخبار التليفزيون، ومكاتب صياغة الأخبار الصحفية. في الواقع، تتوقف أهمية التحليل الاقتصادي لبنكلر على أي "طرق ميكانيكية لاستشعار البيئة" نتحدث عنها. توحي إشارة بنكلر إلى "شبكات الكومبيوتر إن" ما يدور في عقله بشكل رئيسي هو

التوفير الاقتصادي في البنية الأساسية لبيئة المعلومات، وأمثلته المفصلة تكشف ذلك بوضوح. ولكن هل تكاليف "استشعار" حزم المعلومات التي يريدها الناس ويحتاجها- مثلاً الأخبار العالمية أو الاقتصادية- تقع بنفس الطريقة؟ لا بالطبع. لهذا تعتمد أهمية تقدير بنكلر على افتراض واضح حول تحول الطلب بعيداً عن أنواع عرض نماذج في النصف قرن الأخير مقابل أنواع أخرى من العرض والآثار الإيجابية المفترضة لهذا. هذا غير مثبت. التفكير في الأخبار السياسية: جانب الطلب في علاقة الإعلام الجديد بالحصول على المعلومات السياسية بنفس أهمية جانب العرض، وبُحثت أقل بكثير منها. لا نعرف بعد إذا كان الطلب يعيد توجيه نفسه لمصادر وسائل إعلام جديدة ممكنة بواسطة التغيرات في العرض، يذكر كلاي شيركي **Clay Shirky** إن التغيير السياسي أو الاجتماعي يتطلب أكثر بكثير من مجرد فرصة تكنولوجية: يجب أن يكون هناك الدافع لأنواع جديدة من الإنتاج الإعلامي وثقافة مرتبطة بالاحتياج. وإلا لن تخلق عادات تشارك البيانات المتطورة الآن على الإنترنت " قيمة عامة ومدنية" حقيقية.

ثانياً، لا يحلل تقدير بنكلر بالتفصيل استخدامات الناس في المشهد الإعلامي الجديد. مثال مناقشته لبنية الإنترنت: هذا يعتمد حصرياً على الأدبيات حول الروابط بين المواقع. ولا يذكر شيئاً حول كيف تتصل أو لا تتصل تلك الروابط بالمستخدمين الذين يتابعونها. يقدم بنكلر كحافز للإصلاح القانوني والسياسي رؤية لكيف يمكن أن تكون الأمور، وليس تقديراً لإمكانية ما قد تكون. ولكن فهم تضاريس الاستخدام المعتاد الفعلية حاسماً لتحليل كيف يؤثر التغيير التكنولوجي على الثقافة والسياسة اليومية . تنبع المشكلة الثالثة من الثانية. طالما إن بينكلر لا يقدم أي تقدير لاستخدام وسائل الإعلام الفعلي، فلا بد أن يفشل أيضا في معالجة تشكيلات أوسع من الممارسة و التنظيم الاجتماعي المبني من، و حول استخدام وسائل الإعلام . يقول بينكلر إن السياق اليومي الدقيق لاستخدام الانترنت الفردي لا يهم بقدر ما قد نعتقد في البداية. ويقدم حالتين مثيرتين للاهتمام من "المجال العام الشبكي".أولا، يصف حملة على الإنترنت حيث تم حشد الغاضبين ضد القرار السياسي الصارخ لمحطة سينكلير **Sinclair** لبث

فيلم وثائقي ضد جون كيري بعنوان الشرف المسروق **Stolen Honor**، قبل شهر من انتخابات الرئاسة الأمريكية في عام 2004 من أجل الاتصال بالمعلنين المحليين في محطة (سنكلير) و إقناعهم بسحب إعلاناتهم، مما أدى إلى فقدان فوري للدخل، وضربة لسعر سهم محطة سينكلير، وفي نهاية المطاف ، إلى سحب سنكلير البرنامج. ثانياً ، يستشهد بالحملة في عام 2003/2002 (في أعقاب الانتخابات الرئاسية المثيرة للجدل بشدة في عام 2000) ضد أنظمة ديبولد **Diebold** الإلكترونية، وهي الشركة المصنعة لآلات التصويت الإلكترونية المستخدمة في الانتخابات الأميركية، الحملة التي ضمت شبكات من الحملات، أغلبهم طلبة، نجحت في حماية ملفات تسربت أو أُكتشف لبيانات مُجرَمة ضد التهديدات القانونية لديبولد، مما أدى إلى سحب آلات ديبولد في ولاية كاليفورنيا. ويستخدم بينكلر هذه الحالات للقول إن "طوبولوجيا الشبكة سمحت بصعود سريع لموقف، وترشيحه، و توليفه، و صعوده إلى الذروة . ساعدت طوبولوجيا الشبكة على تسهيل جميع هذه المكونات من المجال العام ، بدلا من تقويضهم".

يعني بنكلر بـ"توضع (طوبوجيا **Topology**) الشبكة" الانتشار الواسع لمهارات التعامل مع الكومبيوتر، والظهور السريع لـ"مجموعات صغيرة تتشارك اهتمامات عامة ، وتعبئة الدعم من تلك القاعدة. يبني بنكلر حالة قوية هي إن البنية الأساسية للاحتجاج السياسي قد تغيرت: يخلق دعم البنية الأساسية من أجل "ممارسات الانتاج الاجتماعي" ما يكفي من السياق لفعل سياسي قصير الأمد، وخاصةً في أوقات الانتخابات عندما تكون شرعية العملية الديموقراطية برمتها على المحك. لاشك إن ذخيرة "مناهضة الديموقراطية" قد زادت في العقود الأخيرة، كما قال بيير روزانفالون **Pierre Rosanvallon** ، وبالتالي سياسة المعارضة والاعتراض: يمكن القول إن الجماهير المرتبطين عبر شبكة يعملون كما يسميهم ويليام دوتون **William Dutton** "سلطة خامسة" ويشكلون ضغطاً نحو أنواع جديدة من المسائلة السياسية. ولكن ماذا عن السياق الاجتماعي الذي يمكن أن تظهر وتُحفظ من خلاله مشاريع جديدة من العمل السياسي (تعزيز، وتأييد، وتنفيذ سياسات)؟ نحتاج إلى معرفة الكثير

عن الأشكال الاجتماعية والسياسية التي تجعل مثل هذه الأفعال السياسية الإيجابية ممكنة وذات مغزى .

وهذا يأخذنا لعمل مانويل كاستلز في الاتصال والنظرية الاجتماعية . أطروحة كاستلز في سلطة الاتصال تضع ببساطة إن في العقود الأخيرة تنظيمات المجتمع والسياسة تغيرت بشكل جَذري، ومن اتجاهين: أولا، ظهور الشبكات التي تحدد توزيع الموارد وتوفر النسيج الذي يربط الناس عبر حدود الدولة القومية القديمة؛ ثانياً تكوين المعنى خلال تلك الشبكات لأن السلطة بحاجة دائماً إلى أن تكون شرعة ومترجمة ثقافياً. العامل الأول مهم بلا شك، ولكن ما علاقته بالثاني؟ يتجنب كتاب كاستلز التفاؤل أو التشاؤم البسيط بحق. تضعف قوة الشبكات الدول، وتمنح تأثير سريع لهؤلاء الذين يتحكمون في عُقَد الشبكة الرائدة، وخاصةً لهؤلاء الذين لديهم سلطة على تحويل السياق والموارد من نقطة إلى أخرى ، مثل روبرت مردوخ **Rupert Murdoch**؛ ولكن أين تشكل المقاومة السياسية في حد ذاتها الشبكات الكبيرة، التي تستطيع التعبئة بسرعة، ومقاطعة السياسات اليومية، وحتى إسقاط الحكومات. في النطاق الثقافي، لأن الثقافة دائماً مفتوحة لتفسير وإعادة تفسير متعدد، فإن السلطة ليست مطلقة أبداً، لكن يمكن أن تؤثر السلطة على الشبكات تأثيراً هائلاً على الرسائل المتداولة بين العامة، وكيف تؤطر القضايا، مؤدية إلى تصورات خاطئة غريبة مثل الانتشار الواسع لاعتقاد في الولايات المتحدة خلال أوائل الألفينات إن لصدام حسين دوراً في هجمات 11 سبتمبر. يوفر وصف مجتمع الشبكة لكاستلز تقديراً مفيداً جداً لكيفية عرقلة التدفق المكاني (للمعاني في الشبكات الإعلامية، وللموارد في الشبكات المالية وغيرها) السياسات الوطنية بـ"انفصال نظامي بين السلطة الاتصالية والسلطة التمثيلية"، وتحليله لكيفية تقارب شبكات الإعلام والمال على المستوى العالمي مضيئ بشكل خاص.

لم يزعم كاستلز أنه سيقدم نظرية شاملة للسلطة، مركزاً بوضوح على السلطة السياسية وإنفاق قليلا من الوقت على وضع معايير للتمييز بين أنواع السلطة.

بدلا من ذلك، يقدم شيئاً أكثر جذرية: نظريـة مـن الرتبـة الثانيـة للقـوى التـي تحـافظ عـلى المجتمعات كفضاءات للسلطة من خلال نظام عـالمي أوسـع. البنـاء عـلى تفكيـك بيـك **Beck** للمجتمعات الوطنية كحاويات للسلطة، يبحث كاستلز عـن "تعريـف الشـبكات الاجتماعيـة المكانية للسلطة (محليـاً، ووطنيـاً، وعالميـاً) التـي ... تكـون المجتمعـات مـن الخـارج. يعتمـد كاستلز على مفهومه المعروف "لمجتمع الشبكة"- بناء اجتماعي مكون حول(ولكن لا تتحدد) بشبكات الاتصال الرقمية "عبر الحدود الوطنية- ليزعم إن "الشبكات العالمية" "تكون جميـع المجتمعات". يتجاهل كاستلز مفهوم إن المجتمعات "قائمة على قيم مشتركة" ولـيس "سـلطة علائقية"، معتبراً "السلطة العلائقية" أساس لكـل مـن "القـدرة الجبريـة، والمـوارد الاتصـالية" والتي بها يقدم عامل ثقافي للبنية الاجتماعية: هذا التحليل يتوافق كليـةً مـع حجـة الفصـلين الثالث، والرابع، وأياً مابعدها ينبغي قراءته كاعتراض على مفهوم الشبكات على هذا النحو.

بالرغم من هذا التوازن الرائع فـإن تقـدير كاسـتلز يولـد شـكوكاً كـبري. أولا، كيـف بالضبط تترجم السلطة على وخلال الشبكات إلى أشكال أخرى من السـلطة أبعـد مـن تـدفق الشبكات، والعكس بالعكس؟ يصر كاستلز على أن "أياً من كان يتولى السلطة فهو يقرر ماهو القيّم"، وتُولد القيمة في الشبكات، كما يصر أيضاً على قدرة الأفـراد عـلى تفسـير، واسـتخدام، و"إعادة برمجة" المعاني المتداولة في الشبكات. بينما يذكر تقـديره لكيـف تـؤثر الأخبـار عـلى الناس دور السياق اليومي، موضحاً إن الناس ينتبهون فقط إلى "الأخبـار حـول ...الموضـوعات المتصلة بحياتهم، وخبرتهم بوضوح"، ويـترك تقـدير كاسـتلز الـوزن السـببي النسـبي للسـياق مقابل الشبكات في تفسير العمليات الاجتماعية والسياسية دون حـل: مـن الواضـح، لا يمكـن اختزال سياق الأفعال اليومية إلى عمليات تشغيل الشبكات، أو وضع الناس خـلال الشـبكات. ثانياً، بيـنما تـنشر شـبكات الاتصـال العالميـة القـيم التـي لا يمكـن إرسـالها خـلال العمليـات السياسية الوطنية (خذ في الاعتبار الثورة الإيرانية الفاشلة في عام 2009)، ما هـي السـياقات، والموارد اللازمة للحفاظ على القوة السياسية في الوقت المناسب؟ ولمـاذا لم تسـتمر "جماعـات

الممارسة" قصيرة الأمد التي جرى تعبئتها بحملة أوباما الرئاسية في عام 2008 إلى معارك رئاسة أوباما خلال العامين الأولين؟

ثالثاً، والأكثر أساسية، كيف "تُكون" المجتمعات بالضبط بواسطة شبكات الاتصال؟ لا يمكن اختزال السلطة الاقتصادية، والعسكرية، والقضائية ببساطة في عمليات الشبكة، حتى إذا اشترطوا شبكات كوسيلة لهم: على سبيل المثال، إذا ظل احتكار الدولة للعنف "حاسماً"، كما يذكر كاستلز يجب أن تكون الدولة أكثر من مجرد "شبكة افتراضية للأداء السليم لكل شبكات السلطة [اللااتصالية]. وبالتالي سيكون هناك قضايا اتزان حاسمة: كيف نقيس نمو "الاتصال الذاتي الجماهيري"(الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، المدونات،وما شابهها) ضد قيود (الزمن، والموارد الأخرى، والعادة المجردة) التي قد قد تمنع العديدين من النشاط الدائم عبر الإنترنت أو توجههم بشكل ساحق نحو سياقات غير سياسية؟ تقول جودي دين إن مثل هذا الاتصال في الحياة اليومية مستقطب في إطارات مشتركة، ولكن حتى إذا وجدنا ذلك تعميماً متشائماً جداً، فإن التراتبية الأعمق (بما فيها الطبقة، والنوع الاجتماعي) التي تشكل القوة الاجتماعية يجب أخذها في الاعتبار. ماهي أسس اعتقاد إن هذه التراتبية لم تعد تشكل أحكام الناس حول إذا ما كانت أفعالهم مهمة؟ تتجنب أمثلة كاستلز عن السياسات الشبكية **Networked Politics**(حملة أوباما الرئاسية في 2008، نمو السياسات البيئية المستمرة لعقود طويلة) نضال السلطة اليومي في الاقتصاد (الحقوق في العمل وللعمل، وتحدي سلطة الشركات). هذا التجاهل للنضال العمالي خلال النقاشات حول مسائل السياسات الشبكية الجديدة عندما يلعب النضال العمالي دوراً حيوياً في توسيع نطاق الديموقراطية في دول مثل الصين، وعندما يكون في الولايات المتحدة الحاملين المفترضين للثقافة السياسية الجديدة (الشباب) هم الأقل إمكانية لأن يصبحوا أعضاء في مجموعات عمالية أو سياسية. نحتاج إلى مزيد من الرؤى لمعرفة كيف تكون أشكال السلطة غير السياسية (اقتصادية، وقانونية، واجتماعية) إطارات الأفراد الخاصة بفرصهم في العمل السياسي.

يظل مفهوم"المجتمع" الضمني في المفهوم الهجين لـ"المجتمع الشبكي" مجازياً. يحاول كاستلز استدعاء "اجتماعي" جديد: هل يمكن أن يكون ذلك التحول التكنولوجي والتنظيمي لمجتمع الشبكة هو الذي يوفر الأساس المادي والثقافي من أجل يوتوبيا فوضوية (أناركية) للإدارة الذاتية الشبكية لكي تصبح ممارسة اجتماعية؟

ولكن الضمنية غير واضحة: هل الشبكة الأفقية مكافئة للاجتماعية؟ إذا كان كذلك، ما الذي يؤهلها بالضبط ككمارسة اجتماعية؟ كيف ترتبط بالأنواع الأخرى من السياق الاجتماعي الكثيف الذي مازلنا نواجهه؟يقول كاستلز أيضاً إن " كيف يفكر الناس في المؤسسات التي يعيشون في كنفها... يعرفون لمن سلطة يمكن ممارستها، وكيف. ولكن عندما يعطي كاستلز أمثلة مفصلة لكيف وصلنا إلى إعادة تفسير السلطة (نمو السياسة القائمة على الاحترار العالمي)، فإن تعليقه غريب: "كان علينا إعادة برمجة شبكات عقولنا من خلال إعادة برمجة شبكات اتصالنا بالبيئة". هنا الاجتماعي (بما فيه السياقات الاجتماعية التي يُفسر فيها المحتويات الإعلامية وتُطرح للاستخدام) يتم تجاوزها تماماً، كما انصهرت كلا من الشبكات الاجتماعية، وعمليات الإدراك الفردي في مصطلح وحيد: "البرمجة". كان كاستلز غير واعياً بالكاد بهذا التبخر الغريب للاجتماعية؛ بالطبع ؛ أصر في كتابه المبكر على إن "الناس، واللغات، والأنشطة يفقدون معناهم الهيكلي" في مجتمع الشبكة. في بعض النواحي، يقلص كاستلز من التفسير السياسي للمواجهة بين "الشبكة"، و"الذات" له مبرر في عصر النضالات الفردية بكثافة من أجل المعنى، حيث المعلومات السياسية مستهدفة فردياً أيضاً في عصر تفتيت الجمهور و تتبع المستهلك على الإنترنت. ولكنه ترك التي حافظت على العمل الفردي: الفردي لا يستطيع جمع ذلك معا بنفسه - أو نفسها. وبالطبع، كما يذكر أندرو باري **Andrew Barry** مجاز الشبكة "قد تعطي معنى لـ...التشققات، والثغرات، والثقوب التي تحتويها [الشبكة] وتكونها". مجموعة كاملة من المفاهيم السوسيولوجية (القوة، السياق الاجتماعي، الطبقة، الهوية، القيمة) تبدو كإنها مفقودة، ومقطرة في استعارة معرفية رقيقة.

هذا التقصير من الاجتماعية هو أمر مشترك بين الثلاثة كُتاب الذين ناقشـناهم للتـو، وبـين آخـرين. ربمـا قـد لا يكـون مدهشـاً أن نجـد كريسـتاكي **Christakis** وفلـور **Fowler** (أكاديميين في مجال الطب والذين كانوا كُتاب مشـهورين في مجـال الاتصـالية أيضـاً) يعملـون باستخدام تفسير دقيق للحياة الاجتماعية يعتمد أكثر على البيولوجي بدلا من السوسيولوجي، ولكن اللافت عندما كان أكثر النقاد احتفاءً بالرأسمالية مثل هـاردت **Hardt** ونيجـري **Negri** مستمرون في الاحتجاج على الاجتماعية الجديدة التي لم تتضح معالمها بعـد، بيـنما يرفضـون ظاهرياً فكرة أي "جسم اجتماعي غير محدد": ما نختبره [في مجتمـع مـا بعـد الحداثـة] هـو نوع من اللحم الاجتماعي، لحم ليس جسـداً، وإنمـا مـادة حيـة، ومشـتركة... لحـم مـن تعـدد الاتجاهات هو إمكانية حقيقية، قوة حيـاة غـير مُشَـكلَة، وبهـذا المعنـى، عـنصر مـن الوجـود الاجتماعي، هادفاً باستمرار إلى كمال الحياة."مـا نفتقـده هنـا، أكـثر بكثـير مـن كاسـتلز، هـو إحساس بالموارد، وسياقات للعمل، وهياكل المجال التاريخية اللازمة من أجـل تعبئـة سياسـية مستمرة: باختصار،"مؤسسات اجتماعية". إنها نفس تلك المؤسسات الاجتماعية التي ضمنت، على عكس جميع الآمـال المتحولـة المحيطـة بتكنولوجيـات الاتصـال الماضـية، إن حصـيلتها في نهاية المطاف هو دعم الشبكات الموجودة: الدليل المبكر هـو إن الهواتـف الخلويـة وشـبكات الإنترنت موجهة إلى نفس الاتجاه بالفعل. وانعكاساً على هذا ، تكهن كيـث هـامبتون **Keith Hampton**، وزملائـه إن نتيجـة شـبكات اليـوم المكثفـة قـد يكـون تـدفق معلومـات الـذي "مرة أخرى يشبه الهيكل القُمعِي لحياة القرية التقليدية. اندماج ضجيج الإنترنت بالتفسـير الـدقيق للعمليـات الاجتماعيـة يولـد مـا يسـميه إيفجنـي مـورزوف **Evgeny Morozov** "شبكة الخداع". وهذا يمنع فهمنا لكيفية مساهمة الإنترنـت في الهياكـل المؤسسسـية اللازمـة لتحقيـق الديموقراطيـة. دون المزيـد مـن الـدعم الاجتماعـي، يخـاطر مصـطلح "شـبكة"بـأن يصبح فارغاً. في هذه المرحلة، من المفيد الاعتماد على مُنَظِّـر مختلـف، الراحـل تشـارلز تـيلي **Charles Tilly** الـذي عـرَّف الديموقراطيـة بإنهـا "المـدى الـذي تـتصرف الدولـة فيـه وفقـاً

التي تستخدمها تلك الشبكات سبباً وراء رفع مكانتهما أمام باقي الشبكات الأخرى، إلا أنه من جانب آخر ظهر عيب أخر نتيجة لاستخدام أكثر من لغة برمجية، وهو ظهور الاخطاء البرمجية في شبكة الفيسبوك، حيث بلغت نسبتها 36 خطأ لغوي والجدير بالذكر أن شبكة الفيسبوك قد أنشأت لغة برمجية لنفسها تسمى FBML.

من العرض السابق يتضح عدم وجود اتفاق – حتى الآن – حول ماهية المعايير المقننة لتقييم وقياسات الشبكات الاجتماعية، على الرغم من وجود إلحاحًا متزايدًا على ضرورة التقييم من قبل المنشغلين في المجالات المختلفة لتلك الشبكات التي تمثل قنوات تواصل فعالة بين شعوب العالم أجمع، فضلاً عن خلو الدراسات العلمية العربية من المناقشات المتعلقة بالتقييم وقياسات الشبكات الاجتماعية على الرغم من توافر كم كبير من الدراسات العلمية الأجنبية التي تمس التقييم وقياس مدى كفاءة شبكة بعينها عن غيرها من الشبكات. كما يتضح وجود تأثير واضح يعكس أنماط التفاعل الاجتماعي بين البشر عبر الشبكات الاجتماعية من خلال حجم المشتركين فيها، فهي تضم مئات الملايين من المستخدمين في تفاعلات اجتماعية عبر العالم، وتأكيداً لتلك النتائج فقد قدر تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية حول الشبكات الاجتماعية وحجمها على الإنترنت أن عدد الشباب العرب المشتركين بشبكة الفيسبوك قد وصل إلى 27 مليون شاب عربي حتى عام 2010 ويعد هذا الرواج مؤشر على مكانة وسائل الإعلام المجتمعية في حياة الشباب. هذا وتعد شبكات الاجتماعية هي الأكثر انتشارًا على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من خصائص تقنية تفاعلية متميزة، مما شجع متصفحي الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على

ترتبط السلطة بالتقييم. إذا أخذنا نقطة انطلاقنا إصرار عالمي الاجتماع الفرنسيين ثيفنوت وبولتانسكي إن المجتمع لم يعد محدداً بالقيم المشتركة التي يفترض علماء الاجتماع السياسي إنا مرجعيتهم، ثم إن أي سياسة متحولة تستند إلى تغيير حقيقي لبعض أو كل أنظمة التقييم المسيطرة في التنظيم اليومي. ويتأطر البُعد الرئيسي الثالث الذي يشكل الشروط اللازمة للسياسة: تكوين "العالم"المتناول والمحول إلى سياسة. وسائل الإعلام مساهم حاسم في كل الأبعاد السياقية الخاصة بالسياسة. قوة تفسير كاستلز هي في إنه يقر بتلك الأبعاد، ولكن المشكلة هي أن نظرية مجتمع الشبكة تقول القليل جداً عن المجالات الاجتماعية الروتينية حيث تتأصل السلطة، والتقييم، والتأطير. كيف سيبدو تفسيرنا للسياسة، والمجتمع في العصر الرقمي إذا أخذنا بجدية أكبر دور وسائل الإعلام على هذا المستوى الاجتماعي الأساسي؟

لا يمكنني تقديم إجابة كاملة لمثل هذه التساؤلات في فصل واحد قصير، ولكن من خلال مراجعة أدبيات الإعلام الرقمي، والسياسة الأوسع، نستطيع تحديد بعض العوامل الاجتماعية الرئيسية لكي تدرج في تفسير أشمل لكيفية تغير وسائل الإعلام الرقمية السياسة. سوف تستند حجتي إلى تفسير الفصل الثاني لتعقد الممارسة المتصلة بوسائل الإعلام، وعلى تفسير الفصلين الثالث والرابع لدور وسائل الإعلام في تمثيل العالم الاجتماعي . سوف أبدأ بالنظر إلى من مِن السياسيين (ما نوع الناس أو الأشياء التي تعتبر الآن وكلاء سياسيين؟)، ومن هناك سأنتقل إلى ما السياسة (ما نوع الأشياء التي يمكن أن تكون سياسية في أنماط مختلفة: مداولة، أوعمل، أوقرار؟)، ولماذا من السياسة (ما السياقات، أو الأطر الأوسع اللتي تصنع أنواع معينة من الوكيل/ العمل السياسي ممكناً أو غير ممكن؟). كما نحتاج أيضاً إلى البحث عن آثار جانبية منهجية معينة لتغيير "من، وماذا، وأين" السياسة ، الآثار الجانبية التي قد تشكل مسارات التحول السياسي في العصر الذي ستكون فيه، كما يقول بروس بيمبر **Bruce Bimber**، الديموقراطية نفسها "تُنمي ثراء المعلومات، وكثافة الاتصالات باضطراد".

مصادر الفصل الخامس

1- Redmond، Fiona.(2010) .Social Networking Sites: Evaluating and Investigating their use in Academic Research. Dissertation. Dublin Institute of Technology. P40.

2- BARRIGAR، J.(2009). Social Network Site Privacy: A Comparative Analysis of Six Sites.Canada: The Office of the Privacy Commissioner of Canada. P8.

3- CASSIDY، J. (2006).Me media: How hanging out on the Internet became big business. The New Yorker، .82 (13)، 50. Retrieved From: http://www.newyorker.com/archive/2006/05/15/060515fa_fact_cassid.

4- Redmond، Fiona. Ibid.

5- http://www.comScore.com .

6- http://www.statscrop.com/www/facebook.com Access in :2/2105.

7- Redmond، Fiona. Ibid.

8- Xu Cheng Cameron Dale Jiangchuan Liu.(2008) Statistics and Social Network of YouTube Videos.- Quality of Service، 2008. IWQoS 2008. 16th International Workshop.p229-230 Retrieved From : http://www.cs.sfu.ca/~jcliu/Papers/YouTube-IWQoS2008.pdf

9- http://www.alexa.com/siteinfo/qq.com

10- Ben-Ari، Elia.(2009). Twitter: What's All the Chirping About?.- Jstor.- Vol.59، No.7، .- California: Institute of Biological Sciences. P5 Retrieved From:
http://www.jstor.org/stable/10.1525/bio.2009.59.7.19

11- http://www.linkedin.com/info

12- Chaa، Meeyoung ، Ahnc ،Yong-Yeol .(2011). Delayed information cascades in Flickr: Measurement، analysis، and modeling.- Korea: a Graduate School of Culture Technology،.p7 Retreived from : http://www.sciencedirect.com.dlib.eul.edu.eg/science/article/pii/S1389128611003951

13- http://www.Hi5.com

14- Zafarani ، Reza. Cole ،William D. .- Sentiment Propagation in Social Networks: A Case Study in LiveJournal .- springerlink.- Vol6007/2010،p 415. Retrieved From: : http://www.springerlink.com.dlib.eul.edu.eg/content/ug45k33x277r7632/fulltext.pdf

15- http://www.badoo.com

16- http://www.myspace.com

17- http://www.digg.com

18- http://www.orkut.com

19- http://www.tagged.com

20- http://www.maktoob.com

21- http://www.netlog.com

22- http://www.ning.com

الفصل السادس

استثمار تقنيات الشبكات الاجتماعية في المعرفة البشرية

0/6 تمهيد :

بداية فقد ظهرت مجموعة من التقسيمات المتعلقة بالمعارف في التّراث الإنساني؛ فمثلًا هناك من يصنفها من حيث طبيعتها العامة، فهي: " تجريبيّة أو نظريّة (تجريديّة) ". وهناك من يقسمها على أساس الموضوع، فهي: "طبيعيّة أو إنسانيّة أو اجتماعية ". وهناك من قسمها على أساس مراحل التّطور التّاريخي الّذي مرت به معرفة الإنسان، فهي: "حسيّة ثمّ تأمليّة (روحيّة) ثمّ علميّة تطبيقية. ولكن مع النمو المتزايد والمفرط للمعارف البشريّة ومن ثم إجراء المزيد من الدّراسات والبحوث في المجالات البحثيّة المختلفة كان لابد من إعادة النّظر في هذه التّصنيفات القديمة، لذلك فقد ذهب بعض الباحثين إلى تصنيف المعرفة البشرية على مختلف أنواعها وأقسامها في إطار ما يسمى بـ "الإبيستيمولوجية العامة " أو "نظرية المعرفة العامة" "General Theory of Knowledge" إلى خمس فروع أساسّية، هي: (المعرفة الأُسطوريّة - المعرفة الفنيّة - المعرفة الدينية - المعرفة الفلسفيّة -

المعرفة العلميّة) وهناك من ذهب إلى تقسيم المعرفة البشرية إلى اربعة قطاعات وهم : قطاع العلوم البحتة – العلوم التطبيقية – العلوم الانسانية – العلوم الاجتماعية. ويحاول هذا الفصل القاء الضوء على كيفية تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على المجالات المختلفة في المعرفة البشرية [1].

1/6 الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في مجالات المعرفة البشرية :

أولاً : الشبكات الاجتماعية ومجال التعليم [2] :

وفرت مواقع الشبكات الاجتماعية لمستفيديها تبادل الأخبار والمعلومات فيما بينهم ومن ثم إتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الخاصة وأصبحت تلك المواقع لاتؤثر فقط في نطاق المجتمع الافتراضي بل امتدت لتشمل حياة المستفيدين منها : اجتماعيًا، سياسيًا، ثقافيًا، دينيًا. وبدأ البعض في إنشاء صفحات تعليمية تفاعلية داخل تلك الشبكات. وهنا يتجلى أهمية التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة المتضمنة داخل تلك الصفحات التعليمية إذ تساعد على اكتساب الخبرات، وتنمية المسؤولية من خلال هذه الأنشطة والتفاعل بين الأفراد، وتمكن تلك الصفحات التعليمية المتضمنة داخل تلك الشبكات مستخدميها من التجمع في كيانات اجتماعية افتراضية مترابطة تشابه الكيانات الواقعية فيما يسمى بمجموعات العمل، وبالتالى أصبحت شبكة التواصل الاجتماعي من الوسائل المهمة والمؤثرة على مستوى العامة وخاصة في المجال التربوى، حيث تؤثر بشكل ملحوظ في توعية الأفراد، وإكسابهم معلومات ومهارات واتجاهات، وتعتبر أداة مهمة من أدوات التغيير والتطوير، وقد اعتمدت معظم المؤسسات التعليمية على شبكات التواصل الاجتماعي في نشر أخبارها والتواصل مع الطلاب والمعلمين وتبادل

الآراء والإجابة على الاستفسارات كقناة اتـصال مـستمرة بـين المؤسـسة التعليميـة وجميـع العنـاصر التعليمية.

إن سمات هذا العصر تفرض على المعلمين أن يمتلكوا القدرة على التعلم الـذاتى والمـستمر والتنمية المهنية وإثقال خـبراتهم التكنولوجيـة، وهـذا لايتـأتى إلا إذا كـان المعلـم مـدفوعًا بدافعيـة داخلية تفرضها البيئة التعليمية التكنولوجية بحيث تحثه على التعلم والاستمرار به.

هذا ولقـد أقتحمـت شـبكات التواصـل الاجتماعـي حياتنـا اليوميـة لدرجـة أن المـشتغلين بالعملية التعليمية والتدريس قد أدمجوا استخدامها في استراتيجياتهم التدريسية للتواصـل الـداخلى والخارجى، وبالنسبة للتلاميذ فإنهم سـبقوا مؤسـساتهم إلى فـضاءات المـشاركة الرقميـة لـيس هـذا فحسب وإنما تجدهم يتقنون التعامل معها أكثر من الكبار، على الاقل في جانبها التقنى البحت.

ومع الانتشار المتزايد في استخدام الهواتف الذكية، تغلغلت الشبكات الاجتماعية في حياتنا اليومية حتى أصبح من المستحيل على كثير منا الاستغناء عن تلك التقنيات في منـاحى حياتنـا أو أن يلبث أكثر من عشر دقائق دون إلقاء نظرة على هاتفه الذكي، لكى يرسل " تعليقاً " أو يبـدى أعجابـاً أو أن " يوسم Tagging شخصاً " أو يلقى نظرة على حائط Wall إحداهم عبر شبكة الفـيس بـوك. فحين تفتح مدرسة حسابًا على شبكة الفيس بوك أو تويتر فهـى تـدعو بهـذا التـصرف كافـة أعـضاء الأسرة التربوية إلى الالتحاق بهذه الشبكات الاجتماعية، وهـذا في حـد ذاتـه لـيس خطـأ، لكـن هـل قامت المدرسة بواجبها وفكرت في هذه الخطوة وقيمت المسؤوليات المترتبة عليها؟ وهل تـم إعـداد المعلمين وتأهيلهم وتدريبهم على كيفية الاستفادة والاستخدام في العملية التعليمية ؟

لقد كانت شبكات التواصل الاجتماعي سيدة الموقف في مؤتمر التعليم الإلكتروني والتعلم عن بعد الذي عقد بالرياض عام 2013م، فلقد أجمع عدد كبير من المتخصصين بالتعليم الإلكتروني على أن الشبكات الاجتماعية تمثل بيئة مناسبة للتعليم والتدريب بأسلوب مختلف عن التعليم التقليدى الذي تعودنا عليه، فهو تعليم وتدريب منفتح يعتمد التواصل والمشاركة في العملية التعليمية وكبديل عن المحاضرات التقليدية والتلقين.

ولاعجب في ذلك فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منتشرة بيننا بل وعلى الأجهزة المحمولة وأصبحت جزءاً من حياتنا اليومية وبالتالى فإن استخدامها كوسيلة للتعليم سيكون أمراً طبيعياً بالنسبة لنا لايمثل عبئاً بل يخلط المتعة بالعلم ويكسر احتكار الغرف المغلقة للمعرفة والتدريب. وبالتالى لايوجد أى عذر لأى معلم في أن ينمى مهاراته نمواً متميزاً من خلال استخدام تلك الادوات البسيطة والفعالة، ولم يعد هناك أى مبرر للإصرار على الأسلوب التقليدى في التدريب والتعليم، فقد ثبت بالتجربة العملية فعالية تلك الوسائل في تقديم تدريب مختلف ودون تكاليف عالية ودون حاجة لانتظار الدولة حتى تبادر إلى تطبيق استراتيجياتها للتعليم الإلكتروني.

هذا **ويمكن للمعلم أن يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية من خلال الاساليب التالية :**

1) إنشاء وتصميم مدونة إلكترونية صغيرة داخل الشبكات الاجتماعية تحمل المادة الدراسية التى يقوم بتدريسها بحيث تحتوى على شرح مفصل للمادة العلمية بجانب مجموعة من التمارين المرافقة لها في شكل ملفات نصية في صيغة ملفات (Word – PDF) فضلاً عن تدعيم المادة العلمية بروابط لمواقع ومقالات ذات صلة تعمل على توسيع أفاق الطلاب وتخرجهم عن

قيد الكتاب الدراسى التقليدى دون أى اخلال بالمادة العلمية وتشجيعهم على عدم الاعتماد على مصدر تعليمى واحد مما يعزز من روح الإبداع والابتكار.

2) **تعزيز المعلم لمادته العلمية بملفات الفيديو من شبكة الإنترنت :** تعد الملفات السمعية والمرئية من مصادر المعلومات التى تساهم في استيعاب الطالب للمادة العلمية بشكل أفضل، وهذا لايتطلب من المعلم أن يقوم بنفسه بتسجيل تلك المواد أو إعدادها، فشبكة الإنترنت مليئة بألاف مقاطع الفيديو التعليمية على موقع اليوتيوب ولا يحتاج المعلم إلا أن يبحث عن المقاطع المناسبة ويضيفها للمدونة ويطلب من طلابة مشاهدتها في المنزل ثم يناقشها معهم في الصف أو يقوم بعرض المقطع في الصف الدراسى ويناقشها معهم بشكل مباشر، فهذا بلاشك سيوفر تعليماً متميزاً للطالب أياً كان مستوى مدرسته أو معلمه.

3) **البحث عن مواد تعليمية مناسبة للموضوعات الدراسية وعرضها بطريقة جذابة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي :** لأن المعلم لم يعد مصمماً ولا مهندسًا معلوماتيًا، ولا حتى معد لأنشطة تربوية التى تستغرق وقتًا طويلاً، وهو مثل الجميع، له حياة شخصية يجب عليه الاهتمام بها. وبالمقابل فإن الاستخدام المناسب للمحتويات الرقمية المعدة سلفاً، سيمكن المدرس من إتاحة الوقت الكافي للشرح ولإنجاز المشاريع مع التلاميذ وللتجارب التطبيقية. وهكذا يصبح الوقت المخصص للواجبات مقتصراً على التمارين المنهجية (ذات التصحيح الإلكتروني) وتمارين ترسيخ المعلومات والبحث أو الانتاج الفردى، لذا يجب التركيز على تدريب المعلمين على استخدام مواد جاهزة أعدت بتقنيات عالية بواسطة

متخصصين، وعلى تطبيق استراتيجيات تربوية ملائمة من أجل إيصال رسالتهم النبيلة.

4) **استخدام المجموعات المغلقة Closed Groups التى يوفرها موقع فيسبوك :** كأحد أهم الوسائل الناجحة في تعزيز التعليم حيث يمكن للمعلم أن ينشئ مجموعة علمية على الفيسبوك منحصرة فقط على طلاب الفصل أو المادة التى يُدرسها ويدعو طلابه للانضمام إليها فيتيح لهم من خلالها النقاش والحوار حول مواضيع لها علاقة بالمادة الدراسية يقوم هو أو الطلاب بطرحها، مما يشجعهم على التفاعل والمبادرة والاستكشاف والاعتماد على النفس دون أن يضيف إليهم عبء تعلم برامج إلكترونية معينة أو جهد خاص للحصول على المعرفة.

5) مساعدة الطلاب على إضافة التعليقات وإبداء الاعجاب مما يعزز الحوار والتبادل المعرفي بين جميع الطلاب.

6) **تصميم الفاعليات والمناسبات Events.**

7) استخدام التطبيقات APS المتاحة على الشبكات الاجتماعية من خلال تصميم الألعاب الرقمية التى يمكن أن تخدم العملية التعليمية بحيث تتوافر في تلك الألعاب عناصر أساسية تتمثل في (الهدف – القواعد – المنافسة – التحدى – الخيال – الترفيه).

هذا وقد سجلت رابطة هيئات المدارس القومية بالولايات المتحدة الأمريكية في تقرير لها أن 60 % من تلاميذ المدارس الامريكية الذين يستخدمون المواقع الاجتماعية يتحدثون في مواضيع تعليمية، كما أن أكثر من 50 % منهم يتخاطبون بالتحديد في مواضيع خاصة بالواجبات الدراسية، لذا

كان على العديد من المؤسسات التعليمية التواجد عبر هذه المواقع للإستفادة منها [3].

وفي دراسة Yalsa **(جمعية خدمات المكتبات للشباب)** [4] والمنشورة عام (2006) بعنوان: استخدام المراهقين للشبكات الاجتماعية داخل المكتبات العامة والمدرسية : دليل خاص لأمناء المكتبات والعاملين بالمكتبة هدفت إلى وضع دليل خاص لأمناء المكتبات والعاملين بالمكتبات وطلبة المدارس بشيكاغو لاستخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية والخدمات التى تقدمها على ضوء ما هو مستخدم بالفعل، وأيضاً التعرف على التواجد والمشاركة للفئات سالفة الذكر داخل مواقع الشبكات الاجتماعية وكون تلك المواقع عامل مساعد لتعليم الطلاب في المدارس والمكتبات وقد خلصت إلى مجموعة من النتائج أبرزها :

1- أن مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لها القدرة على دعم العملية التعليمة وتحسين أنماط القراءة والكتابة بين طلاب المدارس من خلال (إنشاء حساب شخصى لكل طالب، تدوين التعليقات بالمدونات، إضافة وحذف محتوى جديد على الموسوعات مفتوحة المصدر على الإنترنت Wiki، البحث عن المحتويات داخل صفحات المواقع).

2- استخدام المدارس بشيكاغو المدونات لنشر المعلومات الإخبارية والعمل على تحديثها بصفة دورية.

3- إعتماد المدرسون على مواقع الشبكات الاجتماعية في التعليم داخل فصول الدراسة، حيث أصبح للغالبية العظمى من المدرسين صفحات خاصة بهم يتم من خلالها شرح المناهج الدراسية وإتاحتها للطلاب إعتمادًا على

الملفات السمعية والبصرية وتخصيص وقت لتلقى الأسئلة والإستفسارات وكتابة الملاحظات حول المادة العلمية المشروحة.

1- إنشاء المكتبات العامة بشيكاغو صفحات لها داخل مواقع الشبكات الاجتماعية وبالأخص موقع ماى سبيس تكون بمثابة أداة تواصل مع الأطفال والشباب داخل شيكاغو، وتسمح تلك الصفحات بالولوج إلى فهارس تلك المكتبات، وتوفير أدوات البحث المختلفة، كما تشتمل على معلومات للخدمات والبرامج التى توفرها المكتبة والتى يمكن أن يشترك فيها الأطفال والشباب.

ثانياً : الشبكات الاجتماعية وتنمية الوعى السياسي والاجتماعي (5) :

يلعب الإعلام الجديد أو ما يعرف بـ (شبكات التواصل الاجتماعي) دورًا بارزًا في تشكيل وبلورة الوعي السياسي للشباب من خلال تزويدهم بالمعلومات السياسية كما يسهم في تكوين وتدعييم أو تغيير ثقافتهم السياسية، واستعدادهم للعمل العام، إذ يشار الى الوعي السياسي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في إدراك الانسان للعالم على نحو عقلى أو وجدانى ويتجلى الوعي الإنسانى في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، حيث يعرف الإنسان أشكالاً متنوعة من الوعى، كالوعي الديني والوعي العلمي، والوعي السياسي، والوعي الأخلاقى. ومن هذا المنطلق يمكن القول أن السياسة هو الحالة التي يمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة و يتخذون من هذه القضايا موقفًا معرفيًا ووجدانيًا في آن الوقت، فهناك من يعرف الوعى السياسى على أنه مجموعة من القيم والإتجاهات والمبادئ السياسية التى تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى

التحرك من أجل تطويرها وتغييرها وعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصال الاجتماعية يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية والتي دار حولها ولايزال جدل كبير من قبل المتخصصين. فمنذ مطلع العام 2011م . نشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة. وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحولات في أنماط واتجاهات استخدامها دوراً هاماً في حشد وتشكيل الرأى والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية.

والوعي الاجتماعي عند شالم الهمزانى هو محصلة تفاعل الأشخاص في إطار واقع اجتماعي معين وإنصهار مدركاتهم وتصوراتهم وأحاسيسهم الذاتية أو الموضوعية في صيغة حقائق معرفية وقناعات إيمانية وتصورات ومسلمات، وميول ومشاعر واتجاهات وأنماط سلوك جماعية تعكس معطيات ذلك الواقع الاجتماعي الكائن بما يشتمل عليه من أبعاد ومتغيرات مسبقة: بشرية، سكانية و بيئية وإقتصادية مهنية ومعيشية وحضارية وتاريخية وثقافية وتنظيمية الى غير ذلك من الأبعاد والمتغيرات الأخرى. وهو يكتسب ويتغير في إطار علاقته التأثيرية التبادلية بهذا الواقع إضافة إلى الدور الكبير الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيدين السياسي والتجاري، فإن هذه الشبكات لها قدرات كبيرة في مجالات أخرى مختلفة على الصعيد الاجتماعي مثل التعليم، الرعاية الصحية، التسويق، عمليات التطوع الاجتماعي، محاربة الغلاء، والغش، كما استفادت منها ووظفتها المنظمات

الخيرية غير الربحية في أداء أعمالها للوصول إلى المانحين والمستفيدين في نفس الوقت والتعريف بأنشطتها وغير ذلك.

ثالثًا : التواجد الاعلانى لشركات السياحة على شبكات التواصل الاجتماعي [6]:

الاعلان الإلكتروني هو جزء من التسويق الإلكتروني ومن خلاله يمكن للشركة ان تتواصل مع العملاء وتعلن عن نفسها وعن خدماتها، بل وتشرك العميل في اعداد الخدمة التى تتناسب مع احتياجاته وامكانياته، وكذلك التعرف على اوجه القصور والضعف في الخدمة من خلال الاستماع لآراء العملاء ومحاولة استعادة الخدمة مره اخرى والوصول لرضا العملاء. وقد يعتقد البعض ان الاستماع لآراء العملاء قد يؤثر سلباً على غيرهم، انما في الواقع قد يعطى الفرصة للتوضيح وجذب العميل مرة اخرى مع محاولة استعادة الخدمة مما يؤثر ايجابياً في عملاء آخرين قد تأثروا بالفعل من تجربة العميل غير المرضيه. وبذلك يمكن جذب هذا العميل غير الراض وغيره ممن تأثروا سلبًا عن طريق الكلمة المتداولة.

وهناك اعتبارات يجب على الشركة السياحية ان تراعيها عند استخدام الاعلان الإلكتروني تتمثل في تهيئة نظام معلومات كفء يتيح تقديم المعلومة التى تتوفر فيها الصدق، الدقة، الشفافية، الكفاءة والفعالية مع التحديث المستمر لتلك المعلومات والمراجعة المعلوماتية المستمرة ومتابعة رد فعل العملاء وتعليقاتهم تجاه محتوى الاعلانات والخدمات التى تقدمها الشركة من خلال المواءمه مع المنشآت السياحية الاخرى مثل الفنادق والقرى السياحية وشركات الطيران وغيرها .والتواصل الإلكتروني مع غرفة شركات السياحة وهيئة

تنشيط السياحة، ومن اجل مواكبة التقنيات الحديثة واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هناك بعض التحديات :

1) **التحديات التقنية:** وتتمثل في النواحى التقنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات وأنظمة التشغيل، فهناك نقص واضح في الاعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات التى تنظم عمل السياحة الالكترونية عبر الإنترنت. مما يستدعى تطوير المنظومة الفكرية للشركات السياحية وذلك بما يتناسب وملاحقة التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات حتى لا تعانى من التقادم المعلوماتى نتيجة هذا التطور، مما يعرضها لعدم ملائمة امكانياتها التكنولوجية وفعالية المواقع الالكترونية .

2) **التحديات الاجتماعية** : إن المجتمع بكل هيئاته ومؤسساته وأفراده مطالبين بتوفير مناخ ثقافي وبيئة قانونية مناسبة للسياحة الإلكترونية، ولا تزال شريحة كبيرة من الأفراد في الدول النامية تتصف بمحدودية الوعى بالسياحة الإلكترونية وتداعياتها وآثارها على الفرد والمجتمع، ويفتقرون إلى الحد الأدنى من المعرفة بهذا المفهوم الحديث للسياحة وكيفية الاستفادة منها.

3) **التحديات القانونية:** واجهت أنشطة السياحة الالكترونية في بدايتها العديد من المشكلات القانونية واستطاعت التشريعات الأمريكية الحديثة للتجارة الالكترونية وتوجهات الاتحاد الأوروبى بتذليل بعضا منها. وتتجسد هذه العقبات القانونية حول أثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية والسياحية وأهمها : عدم الكشف عن هوية المتعاملين أو التأكد من صحة البيانات الشخصية الخاصة بهم . مع حماية حقوق الملكية

الفكرية من الاعتداء غير المشروع . وكذا حماية العميل من أنشطة الاحتيال المباشر على الشبكة ومن المواقع الوهمية أو غير الاخلاقية .بالاضافة الى حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد، وقبول التوقيع الإلكتروني. واخيرا إشكالية وسائل الدفع الإلكتروني، وتأمين الحماية القانونية والتقنية للمتعاملين من الاعتداء غير المشروع على بطاقات الائتمان والمعاملات المالية الإلكترونية.

- تحديات ترجع لنقص المتطلبات اللازمة من جانب الشركات السياحية حيث يتطلب الاعلان الكترونى كفاءات فنية عالية المهارة ومراجعة معلوماتية مستمرة ، وكذلك تخصيص وقت ومال من أجل ادارة تلك المواقع والمحافظة عليها ويمكن تلخيص بعض مزايا الاعلان الإلكتروني فيما يلى ،

أولاً المزايا لشركات السياحة : وتتمثل في الاتى :

- امكانية التسويق الناجح.
- تخفيض التكلفة
- التواصل المستمر مع العملاء .
- ضمان جودة الخدمات السياحية.

ثانياً المزايا للعميل وتتمثل في :

- خدمة مستمرة.
- سهولة إجراء المقارنات وحرية الاختيار.

ح- انخفاض اسعار الخدمات.

- تحقيق رضا العملا.

رابعاً : الشبكات الاجتماعية والتسويق [7]:

عـرف التـسويق عـبر المواقـع أو الـشبكات الاجتماعيـة بأنـه اسـتخدام شـبكات التواصـل الاجتماعي والمدونات والويكي وأي أدوات مشاركة أخـرى عـلى الإنترنـت بهـدف التـسويق أو البيـع أو العلاقات العامة أو خدمة الزبائن، هذه الأدوات تتيح للزبائن إمكانية التفاعل مـع الـشركات التجاريـة بدلاً من أن يكونوا مجرد هدف لوسائل أحادية الاتجاه من تلك الـشركات، كـما أنهـا تتـيح للمـنظمات إمكانية فتح قنوات إتصال مع هؤلاء الزبائن والتواصل معهـم بـشكل تحـاوري. كـما يـرى الـبعض أن التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد المكونـات الرئيـسية للتـسويق ، وهـي "عبـارة عـن أداة لتحليل ومعرفة سلوك الزبائن وفرصة للتعرف على رغباتهم لتحليلها ومحاولة تلبيتها حسب رغبـاتهم، كون أن الزبـون يعـد الركيـزة الأساسـية وأسـاس العمليـة الإنتاجيـة في كـل الإسـتراتيجيات التـسويقية الناجحة، وذلك لتوسعها في المجال التجاري وذلك من خلال إقامة علاقات مع الزبائن وإتاحـة الفرصـة لهم لإبداء آراءهم وتعليقاتهم في التعديلات والتطورات التي تدخل عن المنتج".

التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي "هـو اسـتغلال الـشركات للـشبكات الاجتماعيـة لأغراض تسويقية من خلال تحديد وتحليل المحادثات والمشاركة والشروع في التفـاعلات الاجتماعيـة داخل المجتمعات واستعمالها ".

يعد الإعلان من أبرز أشكال المزيج التسويقي، وأحد الأنشطة الرئيسية في التسويق وذلـك كونه وسيلة لترجمة الأفكار والمعلومات إلى أذهان الناس بهدف تحفيـزهم وإقنـاعهم بفكـرة مـا أو تغيير رأيهم اتجاه مفهوم ما، وهذا النشاط قديم قـدم التعـاملات الإنـسانية إلا أنـه شـهد تطـورات وقفزات نوعية، ولعـل مـن أبـرز المفـاهيم الرائجـة في هـذه الاونـة الإعـلان عـبر شـبكات التواصـل

الاجتماعي. فالإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو مصطلح يستخدم لوصف أحد أشكال الدعاية عبر الإنترنت التي من دورها أن تركز على مواقع الشبكات الاجتماعية، و تكمن أحدى الفوائد الرئيسية للإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك، تويتر، ماي سبايس ، بيبو وأوركيت ...إلخ) أن المعلنين أو صاحبي الإعلان يمكنهم الاستفادة من معلومات المستخدمين الديمغرافية واستهداف إعلانتهم بشكل مناسب. لذا فإن غالبية الشركات العالمية والمحلية توجهوا إلى هذا النوع من التسويق والاستثمار فيه، للإستفادة من مزاياه الجمة، خاصة كون الزبائن لا يثقون كثيرا في صحة المعلومات التي تقدمها الشركات مثل ثقتهم ببعضهم، فالشبكات الاجتماعية تتيح لهم فرصة المشاركة في الحملات التسويقية مما يزيد من الثقة المتبادلة بين كافة الأطراف إضافة إلى ذلك يتيح الإعلان عبر الفيسبوك فتح باب الحوار أمام الكل ويجعل أصحاب الشركات يتابعون آراء الزبائن حول منتجاتهم، مما يعطيهم الفرصة للإستجابة والتغيير على عكس الوسائل الإعلانية التقليدية، أي يمكنهم من إدارة علاقتهم مع هؤلاء الزبائن ومحاولة التواصل الفعال والمستمر معهم لكسبهم

يمكن تلخيص أشكال الإعلانات التسويقية المطروحة على الشبكات الاجتماعية المختلفة في ثلاث أشكال هي على التوالي:

- **الإعلان المباشر الذي يعتمد على شبكة الإنترنت الخاصة بأصدقائك :** وهذا يمكن أن يكون الشكل الأكثر فعالية ولكن يؤدي أيضًا إلى حدوث الكثير من الجدل، ومن الأمثلة على ذلك مشروع منارة الفيسبوك، فبناءً على الإجراء الذي يتخذه صديقك، من الممكن أن ترى رسالة في تغذية الأخبار الخاصة بك بأن صديقك قد اشترى سي دي من عالم الموسيقى (ميو زيك وورلد)".

وبالتالي من الممكن أن تكون هذه طريقة فعالة للغاية لأن أغلبية الزبائن يتخذون قراراً بصدد شراء شيء ما أو أشياء عدة ما دام الأمر يعتمد على تواجدهم مع مجموعة من الأصدقاء المقربين لهم، ومع ذلك هناك أيضا الكثير من الجدل الذي يدور حول هذا الأمر لأنه من الممكن اعتبار ذلك استغلال للعلاقات الشخصية لديك مع أصدقائك وقد يثير أيضا مخاوف حول الخصوصية.

- **الإعلان المباشر الموجود على شبكات التواصل الاجتماعي:** يعد هذا شكلاً اخر من الإعلان عبر شبكة الإنترنت ، الأمر تماماً كما لو كنت قد رأيت لافتة إعلانات على مواقع أخرى كثيرة، وهذا هو مفهوم مماثل إلا على مواقع التواصل الاجتماعي، كما يمكنك أيضًا أن ترى هذه الإعلانات على الجوانب اليمنى بالفيسبوك مثلاً، ويمكن هذا النوع من الاستفادة من البيانات الديموغرافية في ملفك الشخصي وبالتالي تستهدف الإعلان المباشر لك.

- **الإعلان غير المباشر عن طريق إنشاء "مجموعات" أو "صفحات" :** يعد هذا هو أسلوب التسويق المبتكر الذي يمكن للشركة من خلاله إنشاء "صفحة" أو "مجموعة" يمكن للمستخدمين اختيار الانضمام لها، ويمكنهم استخدام ذلك لتكوين ما يعرف باسم "مشتركين" أو "مشجعين" والاستفادة من ذلك في التسويق من أجل المنافسة والذي من دوره يعد منتجًا جديدًا أو ببساطة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية، ومما هو جدير بالذكر أنه يمكن أيضًا لهذه المجموعات أن تتزايد في أعداد المشتركين بها بشكل ملحوظ والتي من الممكن أن تصبح أداة تسويقية فعالة جدًا..

خامساً : الشبكات الاجتماعية والاعلام الجديد [8]:

" يمثل الإعلام الجديد مظهرا جديدًا كليًا، ليس في اطار دلالات علوم الاتصال فقط، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم خاصة كونه ما زال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد. وبرغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلان أنها لم تلغي وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، "ويمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة التالية :

1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبقاتها.
2- الإعلام الجديد القائم على أجهزة المحمول بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف
3- نوع من منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها مميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب
4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها وتشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها...إلخ.

هذا ويطلق على الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام

الجديد، ومن وسائله: مواقع الشبكات الاجتماعية – المدونات –الويكى – البودكاست - المنتديات- مجتمعات المحتوى - التدوين المصغر

هذا وقد شكلت المعلومات دورًا بارزًا في حياة الأفراد والمجتمعات عبر التاريخ الإنساني فمن يملك المعلومات يملك السيطرة على العالم المترابط الذي نعيشه، وهنا برزت الحاجة إلي مصدر أو وسيلة أو قناة يمكن عن طريقها نقل المعلومات وتداولها من مُصدرها إلى المستفيدين منها ولقد اتخذت مصادر المعلومات أشكالا وأنماطا مختلفة، ولعل أكثر هذه الأشكال شهرة وانتشارا وألفة بين مستخدمي الإنترنت " الشبكات الإجتماعية " تلك الظاهرة التي ألحت في الظهور حتى مصدرا جديدا للمعلومات على الشبكة العنكبوتية العالمية التي تمكن من خلالها كل فرد في العالم المندمج المترابط على الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب:Web) من نشر وتداول المعلومات والأخبار والنفاذ إليها في كافة مجالات المعرفة البشرية والتعرف من خلالها على الرأي والرأي الآخر في البيئة العنكبوتية ويُمكننا من خلالها إدراك الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية لمجتمع ما بل يمكن من خلالها دراسة الحياة الثقافية والفكرية لهذا المجتمع.

وبالرجوع لاحداث السادس عشر من ابريل بجامعة فرجينيا حيث قام تشوسنج هيو الطالب فى تخصص اللغة الإنجليزية بجامعة فيرجينيا للتكنولوجيا بفتح النار فى مكانين داخل الحرم الجامعى الأمر الذى أدى لمقتل 32 من طلبة واعضاء هيئة تدريس بالجامعة قبل أن يقتل نفسه.

ونظرًا لعدم السماح للمراسلين الصحفيين بالدخول لحرم الجامعة لتغطية الحدث فإن التغطية لهذا الحدث اعتمدت على الاتصالات الهاتفية

واجزاء من الفيديو المأخوذة بكاميرات الهواتف المحمولة بواسطة بعض الطلبة.

وكان المصدر المبدئى الذى استخدمته وكالات الاخبار هو البحث فى المجموعات الإجتماعية على موقع www.Facebook.com .

كما صرح المركز الامريكى للمسح الجيولوجى للزلازل المنوط بالتحذير من مخاطر وقوع الزلازل انه يستخدم موقع تويتر للحصول على مزيد من المعلومات عند حدوث الزلازل، كما يقوم بتحليل الرسائل التي يتبادلها مشتركو الموقع لمعرفة قوة الاهتزازات الناجمة عن الزلزال في المناطق التي يسكنها المشتركون.

سادساً : الشبكات الاجتماعية ومجال المكتبات والمعلومات :

مكنت الشبكة العالمية والمعروفة اختصارًا بـ(الويب) شعوب العالم من النفاذ الحر إلى المعلومات، وصناعة المحتوى الرقمي، وبث المفاهيم والأفكار والقيم لنشرها بشكل أكثر كفاءة وسرعة من ذي قبل، وبالتالي فقد كان لذلك عظيم الأثر على الشبكات الاجتماعية في ربط الأفراد واندماجهم عبر قنوات اتصال واسعة النطاق بأقل تكلفة ممكنة، والمتتبع لنشأة الشبكات الاجتماعية يعرف أنها منذ الوهلة الأولى لظهورها كانت موجهة لخدمة مستخدمي الإنترنت للعثور على الأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، من خلال إنشاء روابط تفاعلية عبر مشاركة الحساب الشخصي وربطهم ببعضهم البعض، إلا أنه سرعان ما تغيرت فلسفة الاستخدام لتكتسب تلك الشبكات مكانة واسعة بين الشركات المنتجة لتكنولوجيا المعلومات والمنظمات المختلفة وفئات المجتمع بمختلف تخصصاته من إعلاميين وسياسيين ...إلخ ؛ ولعل مجانيتها وسهولة استخدامها سببًا رئيسيًا وراء استقطاب أعداد ضخمة من

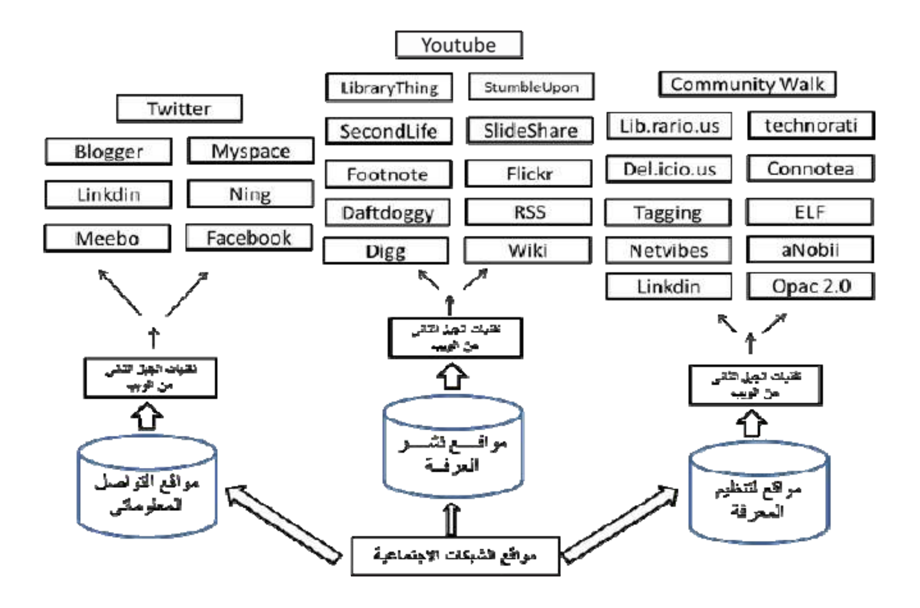
مستخدمي الإنترنت عبر الكرة الأرضية، هذا ومن منطلق أن الجامعات ومكتباتها ليست بمعزل عـن المؤسسات التي تهتم باستخدام التكنولوجيا والتقنيات الحديثـة، حيـث دعـا ذلـك المهتمـين بمجـال المكتبـات الجامعيـة بأنـه قـد حـان الوقـت لاغتنـام الفرصـة لاسـتخدام أدوات وتقنيـات الـشبكات الاجتماعية في بث المعلومات، وتسويق خدمات المكتبات ؛ لكى ترتقـى بـدورها الجديـد في ظـل مـا يعرف بالجيل الثاني للمكتبات Lib 2.0.

1) أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية للمكتبات ومراكز المعلومات:

يعد دور المكتبة - في وقتنا الحالي- فعالاً ومؤثرًا في ظل ما يشهده العالم مـن تنـامي لـدور التكنولوجيا بشكل يفوق كل التوقعـات مـن كـم المعلومـات المتـوفرة وسرعـة تناقلهـا، الأمـر الـذي يتطلب من المكتبات ملاحقة التطورات الحديثة وتيسير سبل الإفادة منها، هذا وقد وفرت الشبكات الاجتماعية وما تقدمه من تقنيات الـسبل لمـشاركة المعلومـات مـع المـستفيدين والمهنيـين في كافـة التخصصات الأخرى والمختلفة، إذ يمكن للمكتبة الاستفادة من الشبكات الاجتماعية وما توفرها مـن تقنيات في الوصول إلى مستفيدي المكتبة أيًا كان أماكن تواجـدهم، حيـث تخطـت مكتبـات الجيـل الثاني Lib 2.0 عامل الحيز المكاني، وإتاحة خدمات المكتبات ومـصادر المعلومـات بـشكل مـرئي وبطريقة مرنة باستخدام وسائل الشبكات الاجتماعية التـي تتـيح المحتـوى المعلومـاتي في شـكل ملفات فيديو عـبر شـبكة اليوتيـوب، وتنميـة مجموعـات المكتبـة بـشكل أكـثر فاعليـة وتـصنيفها مـن خـلال طـرق التـصانيف الحـرة (الفلوكـسونمي) والحوسـبة الـسحابية، والمـساهمة في بنـاء مـستودعات رقميـة تحتـوي عـلى مـصادر معلومـات للمـستفيدين ذوي الاهـتمام المـشترك عـن طريـق التواصـل معهـم ومعرفـة متطلبـاتهم البحثيـة، ومعرفـة آراء المـستفيدين عـن المكتبـة

وخدماتها لأغراض التقييم الذاتي، وذلك من خلال حلقات النقاش الافتراضية وإنشاء جماعات للحوار البناء التي يمكن استثمارها في تلبية احتياجات المستفيدين وتقديمها بشكل فعال، ، وإتاحة خدمة البحث في مجموعات المكتبة من خلال التطبيقات المتوفرة والتي تقدمها شبكات، مثل: الفيسبوك، فضلاً عن إدارة مجموعات المكتبة، نشر فاعليات المكتبة من ندوات ومؤتمرات وورش عمل وأنشطة، وإتاحتها عبر خاصية الخدمات الإخبارية باستخدام تقنية الملخص الوافي للموقع الإلكتروني RSS ، وتعزيز دور التواصل بين المستفيدين وأخصائيي المكتبات، ومن ثم تفعيل التعليم عن بعد، وسهولة التواصل مع أخصائيي المكتبات الأخرى، ومن ثم تبادل الخبرات المهنية فيما بينهم ومعرفة كل ما هو جديد ويطرأ في التخصص ؛ مما يرسخ نظرية التأهيل الذاتي لدى أخصائيي المكتبات، وتعزيز الشعور بالانتماء للمجتمع من خلال تقديم الخدمات للمستفيدين وكذلك للمؤسسات التعليمية الجامعية، حيث يعكس ذلك الدور الاجتماعي للمكتبة (9).

ومما سبق يتضح الدور الذي يلعبه الويب 2 وما يقدمه من تطبيقات والمتمثلة في وجود الشبكات الاجتماعية بمختلف أنواعها، حيث وفرت تلك الشبكات التواصل المعلوماتي ونشر المعرفة بين المستفيدين وتنظيم مصادر المعلومات بما يتناسب مع متطلباتهم، كما يوضحه الشكل التالي :



شكل (1) دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تقديم خدماتها لمستفيدى المكتبات

(**المصدر:** Canty، Nick (2012). Social Media in Libraries: It's like، Complicated. P4-5.)

أ) الشبكات الاجتماعية لأغراض التواصل المعلوماتى

: Information Communication

اتاحت الشبكات الاجتماعية لأمناء المكتبات أن يكونوا على إتصال دائم وفعال مع كل أقرانهم من الزملاء والمستفيدين من المكتبة في بيئة افتراضية تتسم بالتفاعل والتشارك ومن أمثلة **تلك الشبكات :-**

1- شبكة Myspace :

وهى من أفضل الشبكات الاجتماعية التى تسمح لأمناء المكتبات الوصول إلى الطلاب، وقد استفادت المكتبات ومراكز المعلومات من

خصائص المدونات والتقويم المتضمنة بالموقع لتحسين صورة المكتبة وتعزيز خدماتها لتلبية احتياجاتهم، كما تسمح تلك الشبكة لامناء المكتبات من إنشاء ادوات للبحث داخل فهرس المكتبة، كما تمكنهم من تضمين أدوات البحث التسويقي.

2- شبكةFacebook :

وهى شبكة اجتماعية يرتادها الكثير من الطلاب وتعتبر شبكة الفيس بوك من الشبكات الصديقة لأمين المكتبة حيث تشتمل على العديد من الجماعات والصفحات التى تهتم بمجال المكتبات ومراكز المعلومات، كما تشتمل على عدة تطبيقات يمكن استخدامها لتطوير وتحسين خدمات المكتبة ومن تلك الأمثله التطبيق الخاص بالبحث داخل قاعدة بيانات Jstor، وتطبيق OPAC الذي يسمح بالبحث في الفهرس العالمى الموحد.

3- شبكة Ning :

تستخدم تلك الشبكة لتواصل التلاميذ مع مؤسسات المكتبات وامناءها والتفاعل بينهم كما تسمح تلك الشبكة بإنشاء شبكة شخصية مصغرة تتشارك بها المعلومات والمعرفة بين المؤسسات وبعضها.

4- شبكة Blog :

وهو موقع يسمح بإنشاء مدونات يتم بث المعلومات من خلالها إلى العديد من الاشخاص في آن واحد. كما تسمح للطلاب بمعرفة ما ورد حديثاً داخل المكتبة أو التحدث مع موظفي المكتبة، ويمكن أن تعطى المدونات استفاده عظمى بمجرد اقترانها بتقنية RSS.

5- شبكة Meebo :

وهـى شـبكة اجتماعيـة تقـدم خـدمات المحادثـة الفوريـة بـين مـستخدميها ولا يتطلـب استخدامها توافر اسم مستخدم UserName وادخال كلمة سرPassword ، كما يـوفر ذلـك الموقـع برنامجاً يساعد مستخدميه على اجراء محادثه مع أى شخص داخل مواقع الويب المختلفة.

6- شبكة LinkedIn :

وهى شبكة تقدم خدماتها للمهنيـين كـما تعتـبر وسـيلة رائعـه لجـذب المـستفيدين إليهـا والتواصل معهم نظراً لاحتواء تلك الشبكة على بيانات بيوجرافية للعديد من أعضاء هيئة التـدريس والمؤلفين والمؤرخين والعلماء في العالم ... إلخ.

7- شبكة twitter :

وتعرف هذه الشبكة بمواقع التدوين المصغرة حيث تسمح لمستخدميها بإرسال تحـديثات أو ما يعرف بالتغريدات tweets تعبر عن حالتهم المزاجية بحد اقصى 140 حرف للرسالة الواحدة.

ب) **الشبكات الاجتماعية لاغراض تقاسم المعرفة ونشرها** Information Sharing :

يعتبر تقاسم المعلومات ومشاركتها جزءاً رئيسيًا وحيويًا حيث يجـب عـلى امنـاء المكتبـات النظر إلى تلك الفئات بشكل جاد عند تصميم انشطة المكتبات في العصر الرقمـى. كـما يجـب عـلى أمنـاء المكتبـات ان يـضعوا نـصب أعيـنهم رضـا المـستفيدين مـن خـلال تقـديم معلومـات تتـسم بجودتها وصحتها لهم في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة. لذا كان عـلى امنـاء المكتبـات إعـاده

التفكـير في تطبيـق تقنيـات الويـب 2 بـشكل مبكـر ومـن أهـم الـشبكات التـى تـضطلع بـذلك لدور :

8- شبكة Flickr :

حيث تعتبر مـن أكـبر الـشبكات التـى تـسمح بنـشر الـصور وتقاسـمها كـما تتـيح تبـادل مجموعات الصور الجديدة بحيث تمكن أعضاءها من إنـشاء مجموعـات الـصور وفهرسـتها إعـتماداً على معايير الميتاداتا، كما تعتبر هذا الموقع اداه جيدة للمستفيدين الـذين يبحثـون عـن معلومـات خاصة بصور معينة أو جمع المعلومات الناقصة حول الصور.

9- شبكة youtube :

وهى شبكة متخصصة في نشر مقـاطع الفيـديو بحيـث يمكـن اسـتثمارها مـن قبـل امنـاء المكتبات في نشر مقاطع فيديو خاصة بالاحداث المكتبيـة (المناسـبات) وفاعليتهـا، كـما أنهـا تـساعد أمناء المكتبات في مشاهدة مقاطع فيـديو للمكتبـات الأخـرى مثـل موقـع youtubeandlibraries. الذي يتيح العديد من مقاطع الفيديو التى تناقش كيفية تقـديم الخدمـة المكتبيـة مـن قبـل امنـاء المكتبات وما هو دور امناء المكتبات في البيئـة الرقميـة ونمـاذج لمبـانى المكتبـات العامـة والجامعيـة وبعد الدروس المستفاده لكيفية رقمنة المواد المكتبية.

10- شبكة: TeacherTube

هو شبكة موجهة للمعلمين، حيث تقدم فرصة جيدة لأمناء المكتبات مـن أجـل التـدريب على استخدام المكتبة بها فضلا في توجيه الطلاب عـلى كيفيـة اسـتخدام مـصادر المعلومـات ومـوارد المكتبة شكل رقم(2).



شكل رقم(2) واجهة استخدام موقع TeacherTube

11- شبكةSecondLife :

بمجرد ولوج أمين المكتبة إلى تلك الشبكة يمكن أن ينشئ مكتبة افتراضية تعتمد على الرسوم ثلاثية الابعاد في شكل يحاكي اللعاب الفيديو فضلا عن تقديم خدمات اعلامية، واتاحة المناقشات، والجماعات.

12- شبكة Wikipedia :

وهى موسوعه حرة تعاونية يمكن لأى شخص استخدامها وإعطاء مستخدمين معينين القدرة على تحرير محتوياتها. ويمكن لامناء المكتبات استخدام ادواتها لتقاسم المعارف الخاصة بهم عن طريق التحرير، كما يمكن لأمين المكتبة استضافه مكتبته على موقع الويكى.

13- شبكة: PBwiki

هي شبكة اجتماعية تعرف بمصطلح " ويكى التعليمية " تتيح التدوين في مجال العمل والتعليم. فهى تشجع التعاون من الطلاب ، كما أنها وسيلة

لتسليط الضوء على العمل، وتقدم نقطة مركزية لجمع المعلومات. والجدير بالذكر إن PBwiki بها قدر كبير من الرقابة في نشر محتوياتها، بحيث يمكن أن تعطي بعض امتيازات التحرير.

14- شبكة Footnote :

وهى شبكة اجتماعية تضطلع بنشر الوثائق التاريخية الاصلية، مع إمكانية تحديث محتوياتها مع عرض الآراء المختلفة حولها. كما تشتمل على معلومات وثائقيه عن أشخاص وحياتهم وتجاربهم المختلفة وما يميز ذلك الموقع أن المعلومات التى توجد بداخله ليست موجودة في الكتب المرجعية.

15- شبكة Community Walk :

هي شبكة اجتماعية بمثابة خريطة جغرافية توضح الطريق للوصول إلى المجتمعات حيث توفر وسيلة لتفسير النص الجغرافي كما تحدد المواقع والأماكن التى تقام بها المناسبات فعلى سبيل المثال اذا قامت مكتبة ما في الولايات المتحدة الأمريكية بإقامه ندوة عن "المكتبات الرقمية" فبإمكان الشخص بمجرد ان يبحث داخل هذا الموقع عن كلمة " المكتبات الرقمية " أن يستعرض الندوات المنعقدة والفاعليات المقامة وعناوين الكتب التى تحمل هذا المصطلح خلال جدول زمنى محدد تاريخياً وجغرافياً.

16- شبكة SlideShare :

هي شبكة اجتماعية تقوم على تشجيع أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب وأمناء المكتبات لمشاركه عروضهم مع شرائح المجتمع المختلفة فهى تعد أفضل طريقة لبث المعلومات ونشرها من خلال مشاركة الملفات باستخدام العروض التقديمية.

17- شبكة Digg :

ديجو وهي شبكة اجتماعية تتيح حفظ المواقع المفضلة لدى امناء المكتبات والطلاب وغيرهم على الإنترنت بحيث تسمح الوصول إليها من أي جهاز كمبيوتر أو الموبايل كما يمكن مشاركتها مع الآخرين. كما تتيح خدمة الروابط للصور والملاحظات التي يحتاجها أمناء المكتبات والطلاب وغيرهم.

18- شبكة StumbleUpon :

هى شبكة اجتماعية تقوم بتقديم نصائح وتوصيات معينة بشأن ما يبحث عنه المستخدم على الإنترنت ، وما يهتم به من خلال ماتتميز به هذه الشبكة من خوارزميات متقدمة تمكنها من التعرف بدقة على مايطلبه المستخدم واهتماماته بالتحديد.

19 – شبكة Daftdoggy :

هي شبكة اجتماعية تتيح أنشاء موقع لمكتبة ما مع إتاحة تضمين سياسات المكتبة والمراجع المفيدة بها، والاعلام بخدمات المكتبة. كما تتيح للطلاب جولة على الإنترنت مع حرية التعليق عليها.

ج) **الشبكات الاجتماعية لاغراض تنظيم المعرفة Information Distribution::**

والمقصود بها تلك المواقع التى تعمل على تنظيم المعلومات وتيسير سبل الافاده منها وإمكانية الوصول إليها بسهولة ويسر ومن أمثلتها :

20 – شبكة aNobii :

هي شبكة اجتماعية موجهة لعشاق الكتب وبيئة افتراضية لتبادل الآراء والتوصيات.

وتسمح هذه الشبكة للأفراد بتسويق كتبهم واستعراضها ومناقشتها مع القراء الآخرين.

21- شبكة Del.icio.us:

هي شبكة اجتماعية تعنى بالخدمة المرجعية للمشاركة في روابط الموسيقى المفضلة لديهم والدخول لأكثر من 50 مدونة حيث يمكنهم الاختيار بينها وقد بدأت في عام 2003م ، ومن الأساليب الجميلة لسرد البطاقات في الموقع هى طريقة الحوسبة السحابية أو سحب البطاقات وهي عبارة عن سرد الكلمات المفتاحية لاوعية المعلومات الموجودة في الموقع بأحجام مختلفة بحسب كثرة استخدامها فالكلمة المستخدمة أكثر تكون بحجم أكبر من غيرها والعكس صحيح وقد تستخدم الألوان للدلالة على ذلك أيضاً وهي شبكة اجتماعية مجانية من موقع ياهو وفكرة الموقع قائمة على اتاحة تجميع الروابط المفضلة للمستفيد وتبادلها بين الاصدقاء، كما تسمح لامناء المكتبات بإنشاء دليل مخصص لرواد المكتبة. حيث ترشدهم بكيفية البحث بالسمات الخاصة للمستفيد ، وبالتالى سيكون من السهل العثور على وصلات مفيدة وذات صلة بموضوع البحث.

22- شبكةNetvibes :

وهي شبكة اجتماعية متعددة اللغات تسمح لمستفيديها بإنشاء صفحة عامة يمكن للجميع مشاهدتها والاطلاع عليها وتصفحها وتستخدم لإرشاد المستفيدين على كيفية استخدام مصادر الإنترنت، قنوات الأخبار. بالاضافة إلى إمكانية دمج تقنيات الموقع مع أدوات أخرى مثل شبكة فليكر، وخدمة خلاصة المعلومات الوافية للموقع RSS ، والمدونات.

23- شبكة Connotea:

هي شبكة اجتماعية تمثل أداة مرجعية كبيرة، وهي تسمح لامناء المكتبات بحفظ، وتنظيم الروابط المرجعية ومشاركتها مع الآخرين. ويمكن الوصول إليها من أي جهاز.

24- شبكة LibraryThing:

هي شبكة للفهرسة المجتمعية حيث يقوم كافة الافراد والهيئات من كافة دول العالم على اختلاف أجناسهم ومجتمعاتهم واعمارهم بفهرسة ما يتوفر لديهم من كتب مع إتاحة هذه البيانات الوصفية والموضوعية للمشاركة والإفادة للجميع من خلال موقع واحد على شبكة الإنترنت. هذا فضلاً عن إمكانية نقاش وحوار حول كتاب بعينة أو مجموعة من الكتب على مستوى عالمى وتقديم العون للآخرين في كيفية الوصول إلى كتاب محدد، كما يقدم الموقع العلاقات الببليوجرافية المتعلقة بكل كتاب من ناحية الطبعات المختلفة، هذا ويوفر الموقع عدد 44 مليون كتاب وهو ما يفوق ما تقتنيه مكتبة الكونجرس.

25- شبكةlib.rario.us :

هي شبكة للفهرسة المجتمعية تعنى بفهرسة الكتب والمواد الآخرى كالدوريات والأقراص المدمجة ، وشرائط الفيديو ، الألعاب وعرضها على واجهة الموقع بطريقة يسهل الوصول إليها.

2) مزايا استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في بيئة المكتبات ومراكز المعلومات:

يمكن للمكتبات ومراكز المعلومات الجامعية أن تجني العديد من المزايا من استخدام تطبيقات التكنولوجيا الحديثة والمتطورة التي توفرها

الشبكات الاجتماعية تماشيًا مع العصر الرقمي نذكر منها : تحسين خدمات المكتبات وايصالها للمستفيدين بشكل فعال وسريع، استخدامها كأداة لتوعية المستفيدين بالدور الحقيقي الذي تلعبه المكتبة في تقديم خدمات معلومات مميزة للمستفيدين، أداة للتواصل الفعال والسريع بين أخصائي المكتبة والمستفيدين، أداة لمعرفة مواطن القوة ونواحي الضعف في الخدمات المقدمة من قبل المكتبة عن طريق معرفة التلقيم المرتد الخاص بالمستفيدين ؛ ومن ثم النهوض بما تقدمه المكتبة بناءً على طلبات المستفيدين، زيادة عملية التشارك والتفاعل بين أخصائي المكتبة والمستفيدين، تساعد المكتبة على تحسين تنمية مقتنياتها، يعد استخدام تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية من أقل الوسائل تكلفة ماديًا (مجانية) إذ تتطلب وجود جهاز حاسب آلي متصل بشبكة الإنترنت فقط، ولاتحتاج إلى تدريب كبير لأخصائيي المكتبات لاستخدامها، هذا ويمكن إبراز أهم المزايا التي توفرها الشبكات الاجتماعية لمجتمع المكتبات في الآتي[10]:

أ) قلة التكلفة وسهولة الاستخدام :

يُعد إعداد حساب شخصي للمكتبة والبدء في تفعيله داخل الشبكات الاجتماعية أمرًا سهلاً ومجاني، فضلاً عن استخدام مستفيدي المكتبة لتلك الحسابات للمشاركة في حياتهم اليومية، إذ يُعد ذلك أمر مفيد بالنسبة لمستفيدي المكتبة داخل الشبكات الاجتماعية، فعلى الرغم من الحكم على نجاح استخدام أدوات الشبكات الاجتماعية وتطويعها في خدمه المكتبة تحتاج إلى قياسات إلكترونية لقياس مدى الاستخدام والإفادة، فقد وفرت الشبكات الاجتماعية وبشكل مجاني طرق لقياس رضا المستفيدين من خدماتها، على سبيل المثال قد وفرت شبكة الفيسبوك خاصية التعليقات التي تسمح للمستفيدين التعليق أول بأول عن مدى الإفادة من خدمات المكتبة، أو كتابة الشكاوى الخاصة بهم، أو

الاستفسار عن شيء ما، كما وفرت شبكة الفيسبوك أيضًا خاصية تسمى LIKE، أو الإعجاب وهي خاصية يمكن الاستفاده منها حينما تقوم المكتبة بنشر شيء ما أو رفع محتوى معلوماتى، فبمجرد نقر المستفيدين على تلك الخاصية فسوف يسجل من ضمن الأشخاص المعجبين بذلك الموضوع، كما نجد أن شبكه تويتر أتاحت مجموعة خصائص تتيح قياس مدى الاستفاده، مثل : خاصية المتابعين Followers أو التغريدات Tweets وتلك الطرق تتسم بسهولة استخدامها ومجانيتها.

ب) أداه للتواصل الفعال :

تقدم الشبكات الاجتماعية طرق مختلفة لإمكانية الوصول والتعامل مع المستفيدين والمستفيدين المحتملين وبالأخص جيل الشباب الذين يقضوا معظم أوقاتهم على الشبكات الاجتماعية (المواطن الرقمي)، فضلاً عن إداراتهم لأعمالهم ومشاركة معلوماتهم من خلال شبكة الإنترنت تماشيًا مع النمو المتزايد لثقافة مشاركة المعلومات، ودعوة الآخرين للمشاركة والإسهام المعرفي عبر المناقشات على الإنترنت، فشباب اليوم لديهم القدرة على تطويع التقنيات الاجتماعية في جميع الأغراض سواء في العمل، أو الدراسة، أو الأنشطة الترفيهة، ويعد ذلك قاسمًا مشتركًا بين المكتبات الجامعية التي تستخدم تلك الشبكات في الأنشطة الخاصة بها خصوصًا الدراسية، لذا فإن هذا التطور التكنولوجى فى تطويع تطبيقات الشبكات الاجتماعية في التواصل بين المكتبات والمستفيدين يمكن أن يفيد المكتبات في التعرف على طلبات المستفيدين من مجموعات المكتبة.

ج) التسويق والترويج :

تستخدم الشبكات الاجتماعية من قبل جميع المنظمات كجزء رئيسي لتعزيز وتسويق أنشطتها، إذ يمكن لتلك الشبكات أن تلبي احتياجات المكتبات في التواصل مع المستفيدين في تنمية مقتنياتهم والإعلان عن المعارض وخدماتها بشكل مجاني.

د) طريقة لتحسين الخدمات المقدمة للمستفيدين :

تسمح الشبكات الاجتماعية للمكتبات ومؤسسات المعلومات مراقبة ما يقال عنها والاستجابة لردود الأفعال الإيجابية أو السلبية لمستفيديها، ومن ثم التغذيه المرتدة السريعة، حيث يتوفر الآن منصات ضخمة تقدم تلك الخدمات؛ لذا فعلى المكتبات أن توظف شخصًا مسئولاً لمتابعة المقترحات بشكل دائم، حيث يسمح ذلك الأسلوب الاتصالي والتشاركي للمستخدمين الاتصال مع أخصائي المكتبة محل الثقه

3) استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في مجال المكتبات والمعلومات:

إن ما حدث في العالم من ثورة تكنولوجية ومعلوماتية في العقدين الاخيرين قد فرض على المكتبات ومراكز المعلومات استخدام التكنولوجيا في إنجاز مهامها وتقديم خدماتها للمستفيدين، إذ أصبح معيار التقدم وجودة المكتبات لايرتبط بتطبيق معايير الجودة الشاملة فحسب ؛ بل يرتبط بمدى تطبيع التكنولوجيا في تقديم خدماتها، حيث أصبح ذلك المعيار أحد الركائز الأساسية لتقييم المكتبات خصوصًا وأننا نعيش في عصر تكنولوجيا المعلومات.

ولعل ما يميز الشبكات الاجتماعية هي ارتباطها بموضوعات وثيقة الصلة بعلم المكتبات والمعلومات: كالسعي وراء المعلومات ومشاركتها بكافة

أشكلها، ومن ثم تبادلها بين المستفيدين، فمن منظور استرجاع المعلومات تعد تلك الشبكات وما تحمله من تقنيات هي أداة جديدة وقوية لاسترجاع المعلومات بشكل سريع، ومن ثم تقديمها لمجتمع المعلومات والمعرفة من خلال التواصل وجمع المعلومات الرقمية المطلوبة بواسطة المستفيدين، حيث تقدم الشبكات الاجتماعية، مثل: الفيسبوك، ماي سبيس خدمات تتسم بالتفاعلية اعتمادًا على تقنيات الويب2. فضلاً عن ذلك فقد أتاحت الشبكات الاجتماعية لمستفيديها فرص للتواصل مع أقرانهم في أنحاء العالم لأغراض تبادل وتنظيم المعلومات، فالفلسفة وراء الشبكات الاجتماعية تكمن في الوصول الحر للمعلومات دون قيود مفروضة على استخدامها بدءًا من أفراد العائلة الواحدة لتعميمها على مستوى العالم، إذ جاءت تلك الشبكات لتلعب دورًا هامًا ومؤثرًا في الحياة اليومية وتحديد المشكلات وحلها، وتوجيه الأفراد لإدارة المؤسسات المنتمين إليها من خلال عرض التجارب الشخصية السابقة لزوار الشبكة، ومن ثم إنجاز أعمالهم في مناشط الحياة المختلفة، فتلك الشبكات إنما تمثل مجتمعات دولية افتراضية تتميز عن المجتمعات التقليدية بطابعها التفاعلى؛ لذا فإن تلك الشبكات تبيح لمستفيديها [11] :

أولاً : نشر المعرفة : من خلال مشاركة المعلومات القيمة ونشرها والاستفاده منها من قبل المهتمين بتلك الموضوعات.

ثانيًا : تأثير النشر : حيث يستطيع المستفيدين معرفة تأثير ما تم بثه من معلومات ومدى إفادتهم من ذلك النشر من خلال كم التعليقات المكتوبة Comments ، وإبداء الأعجاب Like.

ثالثًا : حرية الإسهام المعرفي : حيث يستطيع الأفـراد مـن خـلال منـصة الـشبكات الاجتماعيـة

إضافة إسهاماتهم على ما هو منشور من قبل ومن ثم الوصول إلى الإثراء المعرفي.

ربعًا : سرعة انتشار المعرفة : فرض التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت سرعـة نقـل البيانـات

والمعلومات بين المستخدمين في شتى أنحـاء العـالم، ومـن ثـم يـستطيع المـستفيدين أو

المشاركين مشاركة وتبادل مصادر المعلومات بشكل ديناميكي عبر الشبكات.

خامسًا : الشعور بالثقة.

سادسًا : ملاحقة التطور السريع في استخدام التقنيات المستحدثة أولاً بأول.

سابعًا : الإبتكار المجتمعي : المكتبـة في الأسـاس مجتمـع خـدمي، وتتـسم المجتمعـات بـالتغير

المستمر والدائم، وبمـا أن المكتبـات ليـست بمعـزل عـن ذلـك فيجـب أن تواكـب هـي

الآخـرى ذلـك التغيـر وتوظيـف تلـك التقنيـات في تقـديم خـدمات تتـسم بالفاعليـة

لمستفيديها.

ثامنًا : تعزيز المحتوى الرقمي : تقوم المكتبات ومراكـز المعلومـات بإتاحـة مـصادر المعلومـات

للمستفيدين، والخدمات التفاعلية التي تشجع صـناعة المحتـوى، وتحريـر التعليقـات،

وبناء المواقع المفضلة، ووسم الصور، وإنشاء البومات الصور...إلخ.

4) تطبيقات الشبكات الاجتماعية في المكتبات الجامعية[12] :

فرضت البرمجيات والشبكات الاجتماعية على المكتبات الجامعية كأحـد الاختيـارات الهامـة التـي يمكـن الإعـتماد عليهـا في تقـديم خـدمات ومـصادر للمعلومات عالية الجودة تناسب مع ما يعرف بالجيـل الثـاني مـن المـستخدمين

user 2. وعلى الرغم مما تفرضه الشبكات الاجتماعية من صعوبات في التطبيق من قبل المهنيين إلا أن الخبرة في استخدام تلك التقنيات لاتزال في مهدها، ويتجلى تأثيرها في الوضوح شيئًا فشيئًا، هذا وتستخدم التقنيات الاجتماعية، مثل : الويكيز، والملخص الوافي للمواقع، المدونات...إلخ ؛ لمشاركة المعلومات وبثها في المجتمعات الافتراضية، وقد حظيت تلك الشبكات بعدة مزايا إذ يمكن تطويعها في مرافق المكتبات ومراكز المعلومات، ومن تلك المزايا :

1- تُعد الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة للتشجيع على نشر المعلومات وإتاحة وصف دقيق لمؤسسات المعرفة.

2- تُعد الشبكات الاجتماعية وسيلة إيعازية للبقاء على اتصال دائم بين أمناء المكتبات والمستفيدين بشكل مستمر لمعرفة كافة أنشطة وفاعليات المكتبة.

3- وجود المكتبات في الواقع الافتراضي يعزز من دورها الاجتماعي، إذ يجعل فرص التخطيط وإبداء المقترحات أكثر فاعلية.

4- توفر الشبكات الاجتماعية فرصة رائعه لأمناء المكتبات على التفاعل مع مستخدميها أيًا كان مكان تواجدهم.

5- يستطيع أمناء المكتبات الحصول على معلومات مباشرة عن المستفيد من خلال التواصل معهم، ومن ثم تحليل سلوك المستفيدين والبدء في توفير الخدمات التي تلبى احتياجاتهم، وخير مثالٍ على ذلك تجربة مكتبة Hennepin County Library (HCPL) حيث قامت بتضمين مربع للبحث في صفحتها على شبكة ماي سبيس تمكن المستفيدين من النفاذ إلى مصادرها، وتجربة مكتبة Library of Charlotte

&Mecklenburg County (PLCMC) التي قامت بعمل إحاطة جارية لمستفيديها مـن خلال تقنيات المدونات معتمده على تطبيق الرسائل الفورية الخاصة بصفحة المكتبة عـلى الشبكة الاجتماعية.

6- الشبكات الاجتماعيـة وسـيلة لاختبـار قـدرة المكتبـة عـلى الاتـصال المفتـوح والمبـاشر مـع مستخدميها.

7- يستخدم أمناء المكتبات الشبكات الاجتماعية في استقبال التغذية المرتدة مـن المـستفيدين عبر نظم الرسائل الفورية، وجماعات النقاش.

5) الشبكات الاجتماعية وخدمات المعلومات :

تواجه المكتبات ومراكز المعلومات جيلاً جديدًا من المستفيدين مستخدمي الإنترنت الذين يتمتعون بمهـارة مـن الناحيـة التكنولوجيـة مـستخدمين إياهـا في الوصـول إلى المعلومـات والبحـث والاسترجاع، ساعين لتحقيق احتياجتهم بشكل مختلف وفوري عن ذى قبل، مما يجعل من الـصعب تحقيقه في البيئة التقليدية للمكتبة والسياسات المرتبطة بهـا، لـذا تتجـه مكتبـات الجيـل الثـاني إلى تقليل الفجوة الرقمية وما يرتبط بها من مشكلات أهمها الفجوة المعرفية التي تحيل دون الوصـول للمعلومات والتنوع الثقافي واللغوى والتعليمي. [13]

هذا وتسعى المكتبات ومرافق المعلومات في الوقت الـراهن – بـشكل متزايـد – إلى دمـج تقنيات التفاعل الاجتماعي والمشابكة بخدماتها لجذب المستفيدين إلى المكتبات وعـرض مـا تقدمـه من خدمات لهم خاصة مع تضخم كم المعلومات المنشورة ؛ قاد ذلـك مقـدمي الخـدمات إلى إدراك أن تقـديم المعلومـات في البيئـة الرقميـة يجـب أن يكـون بـشكل تفـاعلي مـع توقـع احتياجـات

المستفيدين، ومن ثم استقبال التغذية المرتدة منهم بشكل فوري عن طريق ما توفره تلك الشبكات من تقنيات [14].

لذا سوف نلقى الضوء على الخدمات التى يمكن للمكتبات تقديمها عبر استخدامها لمواقع الشبكات الاجتماعية :

أ) الشبكات الاجتماعية وتسويق خدمات المعلومات :

توصف المكتبات ومراكز المعلومات بكونها تنظيمًا لمجموعة من مصادر المعلومات التي جمعت لأغراض معينة ثم حفظها، ومن ثم إتاحتها (الإنتاج الفكري المسجل) وتيسير سبل الإفادة منها، وتتحدد كفاءة وفاعلية المكتبة كأداة بحثية وتعليمية من خلال نجاحها في تقديم المعلومات ذات الصلة للمستفيدين منها في الوقت المناسب وبالشكل المناسب، وقديمًا كان يقاس نجاح المكتبات اعتمادًا على الاكتمال والتوزان في مصادر المعلومات المتوفرة، أما في الوقت الحالي فقد تغيرت فلسفة المكتبات إلى التركيز على استخدام التكنولوجيا في إيصال المعلومات للمستفيد إينما كان سواء في عمله أو منزله وبالشكل الذي يرغب فيه، وفي ضوء ذلك فقد حدد كل من: أوبرين ودادزي عدة أبعاد رئيسية لجودة المعلومات المقدمة وهي[15]:

أ- **الموائمة Relevance :** يقصد بالموائمة وجود علاقة وثيقة بين المعلومات المقدمة للمستفيدين وبين موضوع بحثهم.

ب- **الدقة (Currency) :** ويقصد بها خلو المعلومات من الأخطاء.

ج- **التوقيت الملائم (Time Period) :** أي تقديم المعلومات وإتاحتها في والوقت الملائم لمن يستخدمونها عندما يحتاجون إليها، وذلك لأن هذه المعلومات تفقد منفعتها إذا لم تكن متاحة عندما تدعو الحاجة إلى استخدامها، أو إذا تراخى تقديمها فترة طويلة بعد وقوع الأحداث التي تتعلق بها بحيث تفقد فعاليتها في اتخذا قرارات على أساسها، وجدير بالملاحظة أن المعلومات لا

تستمد منفعتها من مجرد إتاحتها في الوقت الملائم، فهناك عوامل أخرى إلى جانب ذلك، إلا أن التباطؤ في إتاحة هذه المعلومات يؤدي إلى تقليل منفعتها أو ضياع تلك المنفعة.

د- **الآنية** (**Currency**) : ويقصد بها تقديم المعلومات الحديثة أولاً بأول.

ه- **الاكتمال** (**Completeness**) : كل المعلومات المطلوبة يجب تقديمها أيًا كان الشكل التي صبت فيه المعلومة.

و- **الوضوح** (**Clarity**) : المعلومات يجب أن تقدم بشكل سهل الفهم .

ز- **فعالية التكلفة (effectiveness cost)** : المعلومات يجب أن تقدم بأسعار مناسبة.

هذا على الرغم من أن الوظائف التقليدية للمكتبات لم تعد بالشيء المرضي مقارنة بما تلبيه البيئة الإلكترونية من مزايا، إلا أن هناك من لا يرغبون في التغيير من أمناء المكتبات ولكنه شيء حتمى، إذ إن التكنولوجيا الآن أصبحت إلزامية بشكل كبير لا يمكن تجاهلها، ولعل أكبر تغيير قد طرأ على مستخدمي اليوم هو الاعتماد الشديد على التكنولوجيا، مثل الهواتف : المحمولة، والحاسبات، والولوج إلى الإنترنت، هذا ويشير تقرير الإفلا إلى التزايد في استخدام المكتبات الجامعية العالمية والمنظمات التجارية الآخرى للشبكات الاجتماعية كمنصة للتفاعل والتواصل مع مستفيديها أو عملاءها، حيث تبنت المكتبات العالمية الجامعية تلك التقنية في توصيل خدماتها بالرغم من كون تلك الخدمات متاحة ومتوفرة فهي بمثابة فضاءً واسعًا للأكاديمين والطلاب ؛ للتفاعل بشأن الموضوعات ذات الصلة بالتخصص والعمل، حيث يستخدم الطلاب أيضًا تلك الشبكات كمنصة لمشاركة المعلومات بينهم في أي موضوع عام أو خاص. حيث أكد بيل (2007) أن تلك الأداة يمكن استخدامها

وتكييفها في المكتبات الجامعية ليس فقط لأغراض التواصل وإنما في دعم العملية التعليمية والبحثية [16].

هذا وتُعد المكتبات الجامعية لكل من جامعات Yale Science Libraries، Carnegie Mellon University Libraries، Cambridge University Library، Norwegian University of Science and Technology Library مجرد أمثلة قليلة من المكتبات الجامعية العالمية التي استطاعت أن تستفيد من التقنيات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات لها متطورة عبر إنشاء صفحات رسمية لها، حيث يتم عبر تلك الصفحات [17]:

- الإعلان عن البرامج التي تقدمها المكتبة.
- إتاحة الفرصة للطلاب لطرح أسئلتهم المتعلقة بكيفية استخدام المكتبة.
- تعليم أدوات البحث الأساسية.
- إحاطة المجتمع الجامعي بالكتب الحديثة الواردة للمكتبة من خلال نشر عناوين الكتب الجديدة على صفحة المكتبة المتاحة على الشبكات الاجتماعية.
- إرسال التحديثات أولاً بأول للمستفيدين.
- إتاحة الخدمات المرجعية عن طريق ask a Librarian.

هذا وتستطيع المكتبات ومراكز المعلومات استخدام الشبكات الاجتماعية لتسويق خدمات المعلومات بها من خلال الإعلان عن الخدمات الجديدة للمكتبة، الإعلان عن معرض المكتبة وبيع الكتب، هذا ويمكن تقديم ذلك عن طريق خاصية الحائط، ومشاركة الصور، ومشاركة الفيديو، والرسائل الخاصة، والإعلانات، وإرسال الدعوات.

ب) الشبكات الاجتماعية وتقديم الخدمات المرجعية :

سمح ما يعرف بالجيل الثاني للويب وما يتضمنه من تقنيات بظهور مستوى جديد في تقديم الخدمات المرجعية بالمكتبات ومراكز المعلومات، فأصبحت المكتبات تُغرد عن مصادرها عبر شبكة تويتر وتتشارك النصائح البحثية مستخدمة المدونات، وتنشر الصور الخاصة بالأنشطة كالمناسبات والفاعليات عبر شبكة فليكر فليكر، وتبحث عن مستفيدون (معجبين) جدد لها من خلال بناء صفحات لها على شبكة الفيسبوك، وملاحقة للتطورات الجديدة التي تقود إلى بناء وتطوير ديناميكية العمل المكتبي في البيئة الافتراضية (18). وعلى الرغم من التزايد والنمو السريع فى كم الشبكات الاجتماعية فرض ذلك صعوبات على المكتبات في تحديد أي الشبكات أكثر تناسبًا لبث خدماتها وتسويق وجودها بين مستفديها، إلا أن قيمتها جعلتها بمثابة القاطرة التي تنقل التوعية المعلوماتية وتعزز الخدمات، البرامج ، المصادر الجديدة المقدمة للمستفيدين فضلا عن توفير المعلومات العامة والخدمات المرجعية (19). هذا وتعد الخدمة المرجعية أحد أهم الركائز الأساسية لخدمة المستفيدين إذ أنها تعتمد في الأساس على إرشاد المستفيدين ومساعدتهم في الوصول إلى غايتهم وتلقي استفساراتهم وشكواهم، ومن ثم التلقيم المرتد للمستفيدين والتواصل معهم، هذا وقد مكنت الشبكات الاجتماعية المكتبات ومراكز المعلومات الوصول إلى مستفيديها بشكل فعال وسريع عن طريق ما تقدمه من خصائص وأدوات تشابكية، حيث أمكن للمكتبات الآن بعد إنشاء صفحة لها على الشبكات الاجتماعية أن تستقبل استفسارات مستفيديها إما عن طريق الحائط الذي يتيح للمستفيد كتابه ما يريده، أو عن طريق الرسائل الخاصة الذي يمكن أن يرسلها المستفيدين لأمناء المكتبات، كما يمكن استخدام غرف الدردشة

الموجودة بشبكة الفيسبوك لفتح حوار لحظي بين المستفيد وأخصائي المكتبات المسئول عن إدارة صفحة المكتبة داخل الشبكة الاجتماعية، هذا ويمكن للمكتبات استخدام التطبيقات في إنشاء تطبيق أسأل أمين المكتبة Ask Librarian ،أو عن طريق إنشاء تطبيق الأسئلة الأكثر شيوعًا FAQ. هذا وقد غدت النصوص والمعارفة جوالة بعد أن خرجت من معاقلها، وفي الوقت ذاته أصبح التركيز على اماكن تواجد المستفيدين ما يشغل المكتبات ومراكز المعلومات. ولقد لعبت المكتبات دورًا بارزاً في وضع المعارف بتصرف الجمهور، منذ القرن التاسع عشر حين تم الاعتراف بوظيفتها الاجتماعية الهامة. لذا سيكون عليها لزاماً إتاحة خدماتها عبر تطويع تلك الشبكات والاستفاده منها[20].

- الخدمات المرجعية وموقع الفيس بوك Facebook :

هناك تبنى واضح للمكتبات على اختلاف انواعها في جميع القطاعات على مستوى العالم بشأن الاستفاده مما تتمتع به شبكة الفيس بوك من آليات التواصل والترويج. فنرى معظم المكتبات الجامعية قد تخطت الاستفاده من خاصية الحساب الشخصى للإتصال بالطلاب واستخدام صفحات الفيس بوك في الإعلان عن كل خدماتها، والمصادر المتاحة لديها، والانشطة إلى اضافه تطبيقات تسمح بالبحث في فهرسها المتاح على الخط المباشر OPAC وقواعد البيانات المشتركة فيها[21]. هذا ويستطيع المستفيدين إرسال الرسائل لامناء المكتبات للاستفسار عبر نظام الرسائل المتضمن في الموقع ، او من خلال التفاعل عبر خاصية غرف الدردشة. فموقع الفيس بوك من المواقع التى تسمح للمكتبات بانشاء صفحات له ، مع واجهات جديدة ، حيث نستطيع المكتبة ان تحدث اخبارها ، ومن ثم إنشاء اعلانات لها، ووضع المعلومات

العامة ذات الصلة بالمكتبة في شريط خاص لها. وإنشاء تطبيقات مثل الفهرسة وقواعد البيانات في صناديق ، ايضاً من المزايا الواضحة داخل صفحات الفيس بوك، ان الاعضاء يستطيعون الاشتراك داخل تلك الصفحات دون قيود مشروطة او اعضاء الاذن بالانضمام مثل أرسال طلبات الصداقة، كما يستطيع الاعضاء ان يتركوا اسألتهم المرجعية على صفحة المكتبة على موقع الفيس بوك ثم يقوم امين المكتبة بالرد عليها في رسالة خاصة بمجرد قراءتها.



شكل رقم(3) يظهر خدمة تلقى الاستفسارات عبر تطبيق الرسائل الفورية IM



شكل رقم (4) يظهر كيفية تطبيق البحث داخل فهرسة المكتبة من خلال الكلمات المفتاحية داخل صفحة المكتبة على موقع الفيس بوك



شكل رقم(5) يوضح تطبيق الخدمة المرجعية

- **الخدمات المرجعية وشبكة ماى سبيس Myspace :**

على الرغم من ان شبكة الفيس بوك قد طغت على شبكة ماى سبيس بوك استخداما وافادة في الوسائط الاعلامية والثقافة الشعبية، إلا ان ماى سبيس لاتزال اكبر شبكة اجتماعية متاحة على الويب داخل الولايات المتحدة الآمريكية، هذا وتبدوا شبكة ما سبيس انها قد اظهرت وبشكل ملحوظ كونها مكان للمكتبات العامة للاتصال بمستفديها الشباب لترويج ونشر خدمات المكتبات ومصادرها مثل الموسيقى والالعاب بطريقة مشوقة وجذابة واكثر الفة سواء كانت موجهة للمستفيدين الشباب او غير ذلك. لا يزال ماى سبيس خيارا قابلا للتطبيق لكونها قاعده اتصال لجمهور واسع وايضاً في الخدمات المرجعية. وكما هو الحال مع الفيس بوك يستخدم امناء المكتبات الحسابات الشخصية في الاتصال مع الاعضاء الاخرين وإجاباتهم عن الاسئلة والاستفسارات لديهم. الشئ الوحيد لتقديم المكتبة نفسها على الماى سبيس من خلال إنشاء حساب شخصى لها خلافا لصفحات الفيس بوك.

- **الخدمات المرجعية وشبكة تويتر Twitter :**

دخلت شبكة تويتر عالم الشبكات الاجتماعية منذ عام 2006 ومنذ ذلك الحين تـشهد نمـوا وتطوراً ملحوظاً. هذا وتشير سارة مالستين (2009) في مقالتهـا أن شـبكة تـويتر صـممت في الاسـاس لتبادل المعلومات، وتستطيع المكتبات من خلال استخدام شبكة تويتر أن تتشارك كافة انواع الاخبار التى يحتاجها المستفيدين. فالرسائل القصيرة يمكن ان تخبر الاشـخاص حـول النـدوات، المحـاضرات، معارض الكتـب، مـصادر المعلومـات المتاحـة حـديثاً أو اعـلام المـستفيدين بتغيـير مواعيـد المكتبـة. المنشورات التى يمكن ان تنشر عبر تويتر يمكن ربطها بالاخبـار المهتمـه بمحـو الاميـة المعلوماتيـة او المكتبات حيث يمكن ربط ما هـو منـشور بموقـع المكتبـة المتاحـة عـلى صـفحة الويـب او مـدونتها الشخصية للمزيد من المعلومات المتعمقة. كما اوضحت ان المكتبات الجامعيـة لـديها تركيـز ورؤيـا اكثر تعمقًا في استخدام شبكة تويتر[22].

اتاحـت شـبكة تـويتر مـا يعـرف بــ Hash Tag[*] والمعروفـة)بالوسـم(وهـى الطريقـة تستخدمها المكتبات في الخدمات المرجعية لها حيـث تقـوم بفلـتره وحـصر التغريـدات (المواضـيع ذات العلاقة بموضوع معين).

هذا وقد شجعت المكتبات من التعامل مع تويتر كأداه للحـوار والمحادثـه مثل البث الاذاعى إن تلقى الاسئلة المرجعية على تويتر امر بـسيط ومبـاشر حيـث يرسل الاعضاء اسئلتهم في شكل تغريده ثـم يقـوم امـين المكتبـة بـالرد عـلى ذلـك الاسـتفار في تغريـده خاصـة بـه ، وهنـا يكمـن موضـوع الخـصوصيه هـل مـن

[*] الهاش تاج (Hash Tag) و الذي تم تعريبه إلى (وسم) هو طريقة تستخدم في تويتر لفلترة و حصر التغريـدات / المواضـيع ذات العلاقة بموضوع معين ضمن مكان محدد يسهل الوصول إليها عند البحـث , فخـط الـزمن (Time Line) يقـوم بعـرض التغريدات من كل من تتابعهم و الذي قد يكون شخص أو شخصين منهم فقط يتحدث في موضـوع محـدد و لكـن بتـداخل التغريدات فيما بينها فإن ذلك يسبب ضياع الموضوع أو فقد لتسلسله , و كذلك الحال لو أردت أن تعرف أراء اناس آخـرين و ترى تغريداتهم حول نفس الموضوع دون الحاجة لمتابعتهم فما عليك سوى البحث عن الهاش تاج المشترك

الخصوصية اتاحة الاسئلة المرجعية واجاباتها لعضو ما إلى جميع الاعضاء لقراءتها.

- الخدمات المرجعية وشبكة نينغ Ning :

شبكة نينغ ذات شعبية كبيرة لامناء المكتبات ولكن لم تستثمر حتى الان بشكل ملحوظ حيث تسمح لاى مستخدم بإنشاء مضيف لشبكة اجتماعية من خلال واجهة تعامل مطروحة من شبكة نينغ ، إن انشاء شبكة جديدة خارجة من طيات شبكة نينغ تخدم المكتبات ومرافق المعلومات وتروج للاعضاء للانضمام إلى شبكة ننينغ حيث تتيح جماعة نقاش خاصه بها ومنتديات ، وغرف للحوار كما تتيح مشاركة الصور والافلام ، والاحداث والمدونات ، وإنشاء الجماعات وإضافة التعديلات والتخصيصات الخاصة بالموقع.

ج) الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على توعية المستفيدين من المكتبات :

إن سعة التغيرات التكنولوجية التى مست، خلال العقود الآخيرة وسائل الإبداع ونقل المعارف المرتكزة على أدوات المشابكة الاجتماعية المتنوعة قد شجع الأفراد على إختلاف أعمارهم وبشكل متزايد على استخدام تلك التقنيات الحديثة إلا أن فئتى الشباب وطلبة الجامعات شكلت مثالاً أكثر وضوحًا في الاستخدام المتزايد لادوات المشابكة الاجتماعية حيث لم يغفل أمناء المكتبات الجامعية في المجتمعات المتقدمة دور تلك التقنيات الفعال بل ايدوا استخدامها وتفعيل دورها إلا أن الاراء تضاربت حول استخدام المكتبات الجامعية لمواقع الشبكات الاجتماعية فهناك من يراها وسيلة ناجحة ومبتكرة للتواصل مع الطلاب وتوعيتهم في حين يرى اخرون إنها شكل من اشكال الاستخدام غير الفعال لوقت وجهد امناء المكتبات[23].

وإثباتًا لهذا توضح المراجعات العلميـة للآدبيـات الحديثـة المتعلقـة بالموضـوع أن مواقـع الشبكات الاجتماعية تقدم لامناء المكتبات الجامعية طريقة فعالة لتوعية وارشـاد وتوجيـه الطـلاب لآرتياد المكتبات الجامعية استخداماً وإفادة آخذين في الاعتبار المشاكل المحتملة التى قد تنشأ. هذا ويعود تعبير ادوات المشابكة الاجتماعية المتاحة على الإنترنت إلى نمط جديد من الويب او ما يعرف بالجيـل الثـانى للويـب Web2 حيـث يمكـن تعريفهـا بـشكل عـام بإنهـا " التطـور إلى ويـب يتميـز بالاجتماعية والتفاعلية التى تمنح الجميع فرصة للمشاركة " فلم تعد شبكة الويب حكراً على اولئـك الذين يتمتعون بمهـارات البرمجـة وعمليـات الحاسـب المعقـدة بـل امتـدت الـدائرة لتـشمل عـدة مستخدمين منهم : من يبنون مستودعات للمعرفـة عـلى مـا يعـرف بـالوكيز، ومـنهم مـن يطـورون البيانات الببليوجرافية على مواقع social bookmarking ، بنـاء مجموعـة تاريخيـة وثقافيـة عـبر تطبيقات مشاركة الوسائط المتعـددة ، وهنـاك مواقـع تهـتم بتـشكيل العلاقـات مـع الافـراد وهـى الشبكات الاجتماعية المجتمعية.ومع اكتساب منصات الشبكات الاجتماعية شعبية هائلة احتـضنت المكتبات بكافة انواعها تلك الشبكات كوسيلة لتعزيز نفسها داخل مجتمعاتها ويشار هذا الإسـلوب الجديد في تـوفير خـدمات المكتبـات إلى مـا يعـرف بالجيـل الثـانى للمكتبـات [24] .Lib2 إن خـدمات التوعية المعلوماتية التى تقدمها الجامعات ليست بالظاهرة الحديثة. فهناك عدة طرق للتوعية تهدف إلى تشجيع استخدام المكتبات لاعضاء هيئة التدريس والطلاب عـلى حـد سـواء. ومنهـا طـرق تقـدمها الكليات عبر برمجيات تشجع على استخدام المكتبات بين طلابهـا ، ومنهـا منهجيـات أخـرى تركـز عـلى مجتمع الطلاب من خـلال امنـاء المكتبـات والتعـاون مـع المـنظمات الطلابيـة، ولـذلك فـإن اسـتخدام

الشبكات الاجتماعية هو الوسيلة الفعالـة التـى يمكـن للمكتبـات الجامعيـة الاسـتعانة بهـا لتقـديم خدمات التوعية المعلوماتية لطلابها[25].

إن خدمات التوعية على الموجهة للطلاب تشجع باستمرار نظراً لان طلاب الجامعات اليوم اقل اعتماداً على المكتبات التقليديـة. ومـع ظهـور المـصادر الإلكترونيـة والإنترنـت. حيـث لا يـشعر الطلاب بالحاجة إلى الدخول إلى جـدران المكتبـة او الاسـتعانة بامنـاء المكتبـات في إعـداد ابحـاثهم. وبالتالى فقد ايد امناء المكتبات الوصـول إلى الطـلاب في بيئـاتهم المفـضلة مـن اجـل توسـيع نطـاق خدمات المكتبة خارج جدران المكتبات التقليدية.

هذا ويـشير مـاثيو Mathews، في مقالتـه ان الـشبكات الاجتماعيـة تـوفر وسـيلة فعالـه للوصول إلى طلاب الجامعات في بيئاتهم الخاصة. حيث تهدف المكتبات الجامعية لتقليل احتياجات المستفيدين في اللجوء إلى المكتبة واعادة حزم مـواد المعلومـات في بيئـات اكـثر الفـة للمـستفيدين. وبمناقشات امناء المكتبات الجامعية امكن تسليط الضوء على الاستخدامات المتعددة لشبكة الفيس بوك لاغراض التوعية والارشاد. فواحدة من الاستخدامات الاساسية لشبكة الفيس بوك هـى تـسويق المكتبات من خلال صفحات المعجبين حيث تضع المكتبات ساعات عملها ، وموقعها ومعلومات عن موقعها الرسمى عبر وضع وصلات لموقعها الرسمى، فضلا عـن ذلـك يمكـن للمكتبـات الاكاديميـة أن تذكر دائما الطلاب بما هو متاح من مصادر المعلومات بهـا بـدلاً مـن اسـتخدام الطـلاب للمحركـات البحث بصورة مستمرة لإعداد ابحاثهم الاكاديميـة، ايـضا يمكـن تنـشأ المكتبـات دعـوات للفاعليـات الخاصة بها والدعاية ولبرامجها كمنتدى اضـافي لتعزيـز انـشطة المكتبـة بجانـب دورهـا الاسـاسى في تقديم ادوات التسويق لخدماتها المقدمة لطلابها[26].

بالإضافة إلى ذلك تقوم المكتبات الاكاديمية بتجريب تـضمين خـدمات المكتبـة مـع مواقـع الشبكات الاجتماعية التى تستخدمها لتقديم التوعية اللازمة للطلاب. فباسـتخدام تطبيقـات موقـع الفيس بوك تقوم بعض المكتبات الاكاديمية بتضمين فهرس المكتبـة والـسماح للطـلاب بالـدخول إلى محتويات فهـرس المكتبـات بـدون زيـارة موقـع المكتبـة عـلى الإنترنـت[27]. هـذا وتـستخدم بعـض المكتبـات تطبيـق مواقـع الـشبكات الاجتماعيـة كمرشـد للمكتبـة (LibGuides application iLibrarian،2007). في حين أن معظم المكتبات الاكاديمية تقوم بتـضمين مزايـا وخـصائص ask-a-librarian داخل موقع الفيس بوك لتقديم خدمات مرجعية وتقـوم بالتوسـع باسـتخدام بخـدمات الدردشة والرسائل المتاحة عـبر الفـيس بـوك. مثـل مكتبـة Harlan Hatcher Graduate Library حيث انشأت صفحة لديها داخل الفيس بوك تتضمن وظائف البحث داخل الفهـرس ، واسـأل امـين المكتبة ، البحث في الفهرس العالمى ووصلات لكل المكتبات الهامة على الإنترنت[28].

الدول الأكثر استخدامًا للشبكات الاجتماعية :

حقق الجيل الثانى للويب ثورة تكنولوجية هائلـة مـما ترتـب عليـه انتـشار الـشبكات الاجتماعية ومن ثم التطـور الـسريع فى نـشر وتـداول المعلومـات والمعرفـة مـستغلة مـا تـوفره تطبيقاتها المتمثلة في تلك الشبكات للتواصل بين البـشر واسـتخدام كافـة إمكاناتهـا في مختلـف مناحي الحياة، وبـالاطلاع عـلى موقـع أليكسا للتعـرف عـلى أكـثر الـدول اسـتخدامًا للـشبكات الاجتماعيـة نجـد أن الولايـات المتحـدة تـأتي في المرتبـة الأولى جـدول رقـم (51) يليهـا المملكـة

المتحدة (بريطانيا) جدول رقم (52) من حيث التنوع في استخدام الشبكات الاجتماعية المختلفة*.

جدول (51) استخدام الولايات المتحدة للشبكات الاجتماعية

الفيسبوك		اليوتيوب		تويتر		لينكد إن		فليكر	
النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة
%23.4	2	%22.1	3	%27.3	7	%33.9	9	%34.2	86

جدول (52) استخدام المملكة المتحدة (بريطانيا) للشبكات الاجتماعية

الفيسبوك		اليوتيوب		تويتر		لينكد إن		فليكر	
النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة
%3.3	2	%10	9	%4.2	10	%4.1	13	%4.6	80

6) نظرة عامة في توظيف ادوات المشابكة الاجتماعية في المكتبات الجامعية :

أولاً: الجامعات الامريكية :

على الرغم مما أشارته بعض الدراسات التى أجريت في منتصف عام 2000 من قلق مديرى المكتبات بالولايات المتحدة الامريكية إزاء الدور الحقيقى لتلك المواقع في المكتبات ومؤسسات المعلومات ومدى إمكانية توظيفها لأغراض التعليم والبحث العلمى لتقديم الخدمات المتطورة في المكتبات مبررين مخاوفهم في عدم ملائمة تلك الأهداف مع طبيعة الشبكات

* **http://www.alexa.com**

الاجتماعية من ناحية الوقت والمصادر المستهلكة جراء استخدام إدوات المشابكة الاجتماعية، إلا انه وبعد ظهور تقنيات الويب 2 وتطورها فقد تغير الوضع إلى إمكانية استخدام تلك التقنية الجديدة في مجال المكتبات ومؤسساتها حيث أثبتت معظم الدراسات مدى إمكانية استخدام تلك المواقع في المكتبات عبر الشبكات المختلفة مثل الفيس بوك Facebook وماى سبيس Myspace، فمن خلال موقع Facebook تستطيع المكتبات ايًا كان نوعها عرض معلومات عنها من خلال ما يسمى بخاصية عرض الحالة status، فضلاً عن تعزيز الرؤية الاجتماعية للمكتبات من خلال بناء المكتبات لحسابات شخصية لها على الفضاء الإلكتروني فضلاً عن إتاحة عناوينهم لتلقى الإستفسارات التى ترد من قبل مستفيديها والإجابة عليها بشكل اكثر كفاءة ومرونة ودعم تواصل المستفيدين ببعضهم البعض. كما يتيح موقع Myspace للمكتبات ومراكز المعلومات اياً كانت نوعها المساهمة في نشر المعرفة وبثها من خلال ترقية الحسابات الشخصية وإتاحة خاصية نشر مصادر المعلومات الوافدة للمكتبات[28]. هذا وقد أشار عدد من امناء المكتبات الامريكية ان شبكة الفيس بوك Facebook قد تكون بيئه ملائمة لخلق مجتمع افتراضى تستطيع المكتبات من خلاله تقديم وإيصال الخدمات إلى مستفيديها بأسرع وقت وبأقل تكلفة[29]. وفي هذه الحالة ونضرب مثال على ذلك وهو مكتبة كامبل the Kimbel Library of the Coastal Carolina University (شكل رقم6) التى استخدمت موقع الفيس بوك الشهير لتقديم الخدمات المرجعية المتخصصة، تقديم جولات تعريفية بالمكتبة، والترويج للخدمات الأخرى. ليس هذا فحسب بل امتدت خدمات الفيس بوك لاكثر من ذلك حيث ساعدت بشكل غير متوقع الزملاء ليصبحوا اكثر قرابة وحميمية.



شكل رقم (6) لصفحة مكتبة كامبيل الجامعية

وفي عام 2011 قامت مكتبة كارولينا الجنوبية بإعداد تقريرها السنوى الرابع الموسوم بــ " الإعلام الاجتماعي، قطاع المكتبات، الجيل الثانى من الويب : كيف يمكن للمكتبات الأمريكية الاستفادة من التقنيات الحديثة في علاقاتها العامة واستقطاب مستفيدين جدد (التقرير الرابع 2011) حيث هدف هذا التقرير أن يقيس نوعاً من ردود فعل قطاع واسع من أمناء المكتبات والمشتغلين بها في مجتمع الولايات المتحدة الامريكية لتحديد كيف يمكن للمكتبات على اختلاف أنواعها أن توظف تقنيات الجيل الثانى والشبكات الاجتماعية في تعزيز برامج المكتبات وخدماتها، ولقد اشارت نتائج هذا التقرير ان المكتبات الجامعية احتلت المركز الثانى بواقع 25.3% في استخدام الشبكات الاجتماعية في الولايات المتحدة[30].

هذا ومن الواضح أن الإقبال المتزايد على الشبكات الاجتماعية كأده للمكتبات يحتاج فهماً واضحاً لها لتمهيد الطريق أمام تسخير الفوائد المحتملة منها، كما ان دراسة أدوات المشابكة الاجتماعية ومن ثم اختبارها من منظور

واسع وتطويعها بين ايدى امناء المكتبات له فائدة عظيمة هذا وجدير بالذكر أن هناك مواقع لها هيمنة في مناطق جغرافية محددة فموقعى الفيس بوك Facebook وماى سبيس Myspace ذى شهرة في الولايات المتحدة الامريكية، وغيرها من المناطق العالم، وشبكة اورركيوت Orkut تهيمن على سكان أسيا، المحيط الهادى، جنوب امريكا، وشابكة بيوبو Bebo تغطى استراليا واوروبا، وشبكة كيوكيو qq تخدم شعب الصين[31].

ثانياً : الجامعات الأفريقية [32] :

اشار تقرير الافلا المنشور في عام 2011 أن المكتبات الجامعية الافريقية استطاعات أن تلبى احتياجات مستفيديها من خلال تطبيقها للتقنيات الحديثة التى تتسم بالكفاءة مثل مواقع الشبكات الاجتماعية، تطبيقات الموبايل ...إلخ حيث يرى كثير من الخبراء أن تلك التطورات في حاجة دائمة إلى التشجيع والدعم من جانب المكتبات الجامعية في افريقيا. هذا وقد قام اتحاد المكتبات الأفريقية AAU في إبريل عام 2011 والذي كان يجمع إنذاك 180 مؤسسة تعنى بالتعليم العالى والبحث العلمى موزعين على 30 دوله من دول الأعضاء بالبحث داخل مواقع الجامعات المنتمية لإتحاد المكتبات الأفريقية حيث أسفرت نتيجة البحث أن هناك بعض الجامعات التى لا تمتلك مواقع على الإنترنت وبالتالى فإن المكتبات التابعة لتلك الجامعات لاتمتلك هى الاخرى مواقع لها، والبعض الاخر يمتلك مواقع ولكنها غير مفعله، وباقى الجامعات ومكتباتها تمتلك مواقع رسمية لها وحفنة من المكتبات الجامعية الافريقية تقوم بربط موقعها على الإنترنت بمواقع الشبكات الاجتماعية.

هذا وقد اشار التقرير السابق ذكره أن هناك مزايا جراء استخدام الشبكات الاجتماعية في المكتبات الجامعية الافريقية وهى :

1- تسهل مواقع الشبكات الاجتماعية التعاون وتعزيز فاعلية الاتصال بين امناء المكتبات والمستفيدين.

1- اشار بعض الباحثين في الجامعات الافريقية عام 2008 ان مواقع الشبكات الاجتماعية سوف تقود في المستقبل إلى بث المعلومات التى تضاهى استفسارات بحثهم بشكل أكثر دقة.

2- الهدف الرئيسى لأمناء المكتبات أن يجعلوا مصادر المكتبات متاحة للمستفيدين فإذا كانت مواقع الشبكات الاجتماعية تساعد على تحقيق ذلك الهدف لذا يجب التأكيد على دورها بقوة وتشجيع استخدامها.

3- إن ربط مواقع الشبكات الاجتماعية بموقع المكتبة عبر ما يعرف بحائط Wall الشبكات الاجتماعية لديه القدرة على جنى نتائج عظيمة من خلال جذب وخدمة ما يعرف بالتعليم عن بعد فضلاً عن ذلك فإن أى شخص له القدره على التواصل وارسال رسالة إلى شخص بعينه بغض النظر عن البعد الجغرافي.

هذا وقد خلصت دراسة الافلا إلى عدة نتائج أهما :

1- ان الشبكات الاجتماعية هى الأكثر استخداماً لاغراض التعليم العالى بين طلاب الجامعات الافريقية.

2- إن اتاحة خدمات المكتبات على مواقع الشبكات الاجتماعية سوف يحظى بإعجاب الطلاب لما تتمتع به تلك المواقع من مزايا الترفيه والتسلية.

3- إن الهدف الرئيسى من زيارة الشباب تلك المواقع هو التواصل بين الأصدقاء وإجراء المحادثات.

4- إن 72 % من المستجبين لاسئلة الدراسة يفضلون النفاذ إلى مواقع المكتبات الجامعية عن طريق رابط المكتبة المتاح على صفحة المكتبة المنشئة بموقع الشبكات الاجتماعية.

ثالثاً : جامعات جنوب آسيا :

آشار تقرير مؤتمر IATUL والمنشور بجامعة Purdue University أن تفعيل تقنيات الجيل الثانى للويب بمواقع المكتبات الجامعية في جنوب آسيا لاتزال في بداياتها المبكرة حيث يأتى تطبيق الفيس بوك في أولويات الاستخدام في المكتبات الجامعية ويليها شبكة توتر ، RSS ، الرسائل الفورية ، المدونات ، E-Poll ، اليويتيوب ، فليكر ، الموسوعات الحرة أو ما يعرف Wikis. هذا وقد آشار التقرير أنه قد حان الوقت للمكتبات الجامعية أن تصنع علاقة جديدة بينها وبين تطبيقات الجيل الثانى للويب بما يعطى فرصة أكبر للتعاون بين أمناء المكتبات الجامعية والعمل معًا وتبادل الخبرات المهنية والمنفعة بينهم. هذا وقد حظت المكتبات الجامعية في تيلاند 38 % استخداماً لتطبيقات الويب 2 ومنها الشبكات الاجتماعية ثم الفليبين بواقع 22.21 % ، اندونيسيا 18.17 % ، ماليزيا 15 % ، سنغافورا 7.6%، فيتنام 3.3 % ، في حين حظيت دول مثل بروناى ،كامبوديا، لاوس، تايمور الشرقية ، مينمار 0 % في الاستخدام[33].

7) التخطيط لاستخدام الشبكات الاجتماعية في المكتبات ومراكز المعلومات :

تعد تقنيات الإعلام الاجتماعي أو ما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية شكل من أشكال الاتصال الجديد حيث نمت وتزايدت اعداد مستخدمى تلك المواقع بمعدل أسى، فعلى سبيل المثال ارتفع عدد مستخدمى

موقع الفيس بوك - الاكثر شهرة في الولايات المتحدة الأمريكية - من 300 مليون شخص إلى 500 مليون مستخدم في بضعه سنوات ، كما ارتفع مؤشر الاستخدام على شبكة تويتر في الفترة من فبراير 2008 حتى فبراير 2009 ليصل إلى 382،1%، فملايين الاشخاص حول العالم يستخدمون تلك التقنية وتطبيقاتها كجزء من حياتهم اليومية في كل شتى الأمور.

ونظراً للانتشار المتزايد في الاستخدام لتلك الوسائل فقد انعكست هذه التطورات على هيكل المكتبات ومؤسسات المعلومات بأنواعها المختلفة التى لجأ معظمها للبيئة الالكترونية للتواصل مع جمهورها وتعتبر المكتبات الجامعية واحدة من تلك المؤسسات التى استغلت تلك التقنية وما تتيحه من تطبيقات كأداه من ادوات الاتصال للتفاعل بين اعضاء هيئة لتدريس والطلبة من ناحية وبين اعضاء هيئه التدريس والمكتبة من جهة اخرى وبين الطلبة والمكتبه من جانب أخر. هذا وقد أثر استخدام تقنيات الشبكات الاجتماعية في العمل المكتبى وتقديم الخدمات المكتبية العديد من الإشكاليات والتساؤلات من جانب المكتبة نفسها منها حداثة الشبكات النسبية؟ كيفية البدء في الاستخدام ؟ ما هى نوعية الاشياء الجديرة بالنشر ؟ تعزيز المكتبة في تواجدها ؟ وما هى الطرق المثلى التى يجب استخدامها لإستقطاب اعضاء جدد او ما يعرف بالمعجبين أو المتابعين؟

لذا فقد آشار اندى andy انه وبمجرد البدء في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل المكتبات الجامعية يجب أن تسأل نفسها ما النفع من وراء ذلك ؟ وما الفائدة المنشوده من وراء استخدام تلك المواقع ؟ وبشكل عام هناك الكثير من الأسباب التى تفرض على المؤسسات العامة والاعلامية استخدام تلك المواقع، إلا انه من المهم العثور على اسباب تخص المكتبات

ومراكز المعلومات فتأطير مسعى تلك المؤسسات من استخدام تلك المواقع يعطيها جدوى في الاستخدام والافاده منها، لذا فقد أكد أندى andy في مقالته أن هناك عدد من الآليات التى يجب التماسها عند الشروع في توظيف مواقع الشبكات الاجتماعية في المكتبات الجامعية وهى[34]:

اولاً : الحساب الشخصى Profile :

بمجرد إعداد المكتبة صفحة أو حساب شخصى لها على مواقع الشبكات الاجتماعية فمن المهم اضفاء الطابع الشخصى عليه بغض النظر عن أيًا من المواقع قررت المكتبة أن تستخدمه واضعه في حسبانها عدد من الآشياء **التى يجب أن تشتمل عليها :**

1- رابطة لموقع الويب الخاص بالمكتبة : حيث يجب أن يتسم الرابط بالقدرة على الوصول إلى موقع المكتبات بسهوله ويسر وفي أقل وقت ومن ثم يتوافر للمستفيدين الاستفاده من الوقت للتعلم أو الشروع في اعداد ابحاثهم. هذا وتتسم معظم الحسابات الشخصية داخل وسائل الاعلام الاجتماعي بإحتواءها على قسم خاص بالوصف العام. ويجب ان تملئ.

2- إنشاء ترحيب ووصف غير رسمى لمكتبتك : تتضمن مواقع الشبكات الاجتماعية على عدة خيارات تساعد على التنسيق واجهات التعامل، لذا تستطيع المكتبات أن توظف تلك الخيارات بما يناسبها حيث يمكنها أن تغير الألوان والخلفية في شبكة تويتر ، ويمكن أن تضع أشرطه خاصة وصناديق على الفيس بوك للبحث والتسويق.

ثانياً : ماذا تنشر What to post؟ :

بعد انشاء الحساب الشخصى . يجب إنشاء المحتوى ونشر المعلومات والاراء والافكار على أساس منتظم. هذا يعتبر واحداً من الفرضيات الاكثر صعوبة لاى شخص يبدأ في تقديم مؤسسته على شبكة الاعلام الاجتماعي ماذا ينبغى ان انشر؟ وكيف؟ وهناك بعض الافكار التى يمكن للمكتبات ان تنشرها داخل الشبكة الاجتماعية وتضمن :

1- الفاعليات والاخبار المكتبية **Library news and events:**

يعتبر الاعلام الاجتماعي مكان ممتاز لاخبار الناس عن مواعيد المؤتمرات ، اقامة الندوات ...إلخ من فاعليات.

2- ما ورد حديثاً للمكتبة New additions to your collection :

هل حصلت على أوعية معلومات جديدة ؟ هل توافر لديك اصدارًا جديدًا من برامج ادارة الاستشهادات المرجعية وكتابة التوثيق ؟ فكل هذه الاشياء تستطيع المكتبة أن تعلم بها مجتمع المستفيدين بمجرد وصولها عبر قنوات الاعلام الاجتماعي الجديد.

3- وصلات المقالات وملفات الفيديو **videos،Links to articles** ،: يجب على آمين المكتبة ان ينشر تلك الوصلات الحاملة للمعلومات ذات الصلة بالموضوع ومفيده لمستخدمى المكتبة. وفي الوقت ذاته يجب أن يتجنب تلك المنشورات والروابط التى ليس لها علاقة مباشرة بمكتبتك، فآمين المكتبة يجب آلا يغب عنه ما المغزى من وراء استخدامه تلك التقنية في المقام الاول، فضلا عن التنوع في المواد المنشورة وتحديثها باستمرار.

4- تلقى التغذية المرتدة **Solicit feedback**: بنيت الشبكات الاجتماعية للمحادثة لذا فلا حاجة لآمين المكتبة بأن يتردد في أن يستسفر من

المستفيدين المتواجدين على مواقع الشبكات الاجتماعية بدرجة الإفاده من الخدمات التى تقدمها المكتبة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

5- الرد على الاستفسارات **Respond to people** : يجب أن يتمتع أمين المكتبة بالرد على ردود الفعل السلبية الخاصة بمشاكل الاشخاص والوقوف بجانبهم على سبيل المثال إذا اشتكى شخص ما على تويتر بأن المكتبة أصبحت مزعجه ، ربما تكون الأجابه " من المسئول عن هدوء المكتبة ؟ " ، لدينا بعض الغرف التى تسمح لك بالمذاكرة في الطابق السفلى وتتميز بالهدوء ؟ " استخدم الفكاهة ، وكن ايجابيا ، وحاول ان تساعد المستفيدين في حل المشاكل باستراتيجات جيدة لتغيير العقول فلامين المكتبة القدرة على التأثير في المحادثه المتاحة على الخط المباشر بشكل قوى ولا تفكر ابدا في تجاهل احد.

6- الصور : تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية - دون قيود مفروضة – لمستفيديها بنشر أو ربط تالصور واتاحتها للمستفيدين ، لذا فيجب على امين المكتبة نشر المواضيع التى تشتمل على الصور لان الصورة تغنى عن الف كلمة فعلى سبيل المثال ، اذا كان لديك حدث او مناسبة فلابد من التقاط الصور تلك المناسبة لنشرها على مواقع الشبكات الاجتماعية مع وصفها ليسهل عملية الوصول إليها حيث المؤلف في الجامعة يشتمل على الصور.

7- **اشياء اخرى :** كن مبدعاً في اضافتك للمنشورات ، لا تفرض على نفسك القيود في وضع المواد على القوائم البريدية ، يجب ان تعرف مجتمعك بشكل واسع ، اسأل نفسك بشكل دورى ما هى الاشياء الاكثر اثاره تستقطب عددا كبيراً من المستفيدين ومن ثم لا تردد في نشرها هذا وقد

اضاف اندى عدة من البنود التى يجب ان يضعها آمين المكتبة عن تعامله مع مواقع الشبكات الاجتماعية ومنها :

1- عند نشر محتوى داخل الحساب الخاص بالإعلام الاجتماعي مثل تويتر أو الفيس بوك، فمن المهم أن يكون اجتماعي وإنسانى.

2- يجب ان يستجيب آمين المكتبة لولئك الاشخاص الذين يقومون بالتعليق على جدار الحساب الشخصى Wall او الرد عليك في تغريده على التويتر.

3- ان يتمتع روح الدعابة وأن يضفي على المحتويات لمسته الشخصية.

4- المنشورات أو المحتوى يجب ان تكون على صلة تامه بالمكتبات وان يكون يخلو من الاخطاء الاملائية أو النحوية.

ثالثاً : كيف تسوق المكتبة تواجدها على الشبكات الاجتماعية :

وجود اهتمام للتواجد، ومحتوى مفيد للنشر يعتبر ذا اهمية ، ولكن ما هى اللآليات اللازمة التى لديك لكى تدع المستفيدين يدركون بوجودك في الاعلام الاجتماعي ؟ وولاجابة عن ذلك الاستفسار اشار اندى andy أن مصادر المعلومات الجديدة او المبادرات التى تبرمها المكتبة من الضرورى ان تروج. وفي عالم التسويق الرقمى هناك استراتيجيات للتسويق فأما أن " تنشئ موقعك وسوف يأتون إليك " أو " سوق موقعك أولاُ قبل أن تنشئه " فالاولى هى الاستراتيجية الاكثر استخداماً في عصر المعلومات. ، لذلك فإذا كان لديك محتوى شيق ومثير للاهتمام فمن الواجب أن تدرك ان هناك عدة خطوات وآليات لتسويق موقعك على الإنترنت ومنها:

1- الربط حيثما كان ممكناً : ويقصد بها امتلاك امين المكتبة وصلة على حسابه الشخصى تربطه بموقع المكتبه، وفي حالة امتلاك امين المكتبة

اكثر من شبكة فيجب عليه ان يضع رابط واحد أما باقى الروابط فمكانها الايميل الإلكتروني.

2- **التحدث إلى الاشخاص :** تعتبر المناقشات أو المحادثات أو المحاورات اكثر الاشكال قوة في التسويق، فضلا عن العلاقات العامة، وهذا ما يجعل الخدمة المرجعية أكثر الخدمات المرجعية كفاءة في عالم الشبكات الاجتماعية.

3- **دورات تعليمية :** ينبغى أن يكون للمكتبة دور فعال في إقامه الدورات التدريبية للحث على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة مستمرة مع توضيح الخدمات والتطبقات التى يمكن أن تقدمها تلك المواقع وكيفية تطويعها في المكتبة.

4- **الاعلانات المطبوعة :** هناك بعض المكتبات الجامعية التى قامت بتعليق اللوحات الارشادية لصفحتها الرسمية على مواقع الشبكات الاجتماعية داخل الحرم الجامعى كنوع من الدعاية والاعلان.

5- **الاعلانات عن الموقع :** تعتبر خدمة الدعاية والاعلانات المتضمنة بمواقع الشبكات الاجتماعية أكثر الخدمات رخصاً وانتشاراً وهناك مكتبات لجأت تسويق وجودها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وتعتبر مكتبة جامعة ستانفورد من الامثله البارزه في ذلك السياق.

6- **بناء رابطة للاصدقاء**

مصادر الفصل السادس

1- عبد الحكيم شباط.(2013) . أنواع المعرفة البشرية. متاح على :

http://www.nashiri.net/index.php/articles/intellect-andphilosophy/5468-2013-10-18-16-10-55

2- جمال الدين إبراهيم محمود. (2014). برنامج تدريبى لمعلمى التاريخ بالمرحلة الثانوية لتنمية مهارات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التدريس وتنمية الفاعلية الذاتية لديهم .- مجلة كلية التربية بالسويس. ع2.

3- مشارة نور الدين.(2015).دور التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون : دراسة حالة متعاملى قطاع الهاتف النقال بالجزائر.

4- yalsa (2006). Teen and Social Networking in School and Public Libraries : A toolkit for Librarians and library workers Retrieved From: www.ala.org/yalsa،

5- هدى مصطفي عبد العالم محمد(2014). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعى الاجتماعي والسياسى للشباب الريفي : دراسة ميدانية على عينة من الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج.- مج 5(9).

6- غادة محمد عبد الفتاح بسيونى. التواجد الاعلانى لشركات السياحة على شبكات التواصل الاجتماعي

7- مشارة نور الدين.(2015). دور التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون : دراسة حالة متعاملى قطاع الهاتف النقال بالجزائر.

8- نسرين حسونة.(2014). الإعلام الجديد : المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف.- شبكة الالوكة. متاح على: http://www.alukah.net/culture/0/67973

9- Taylor & Francis (2014) . Use of Social Media by the library : Current Practices and future opportunities. A white paper from Taylor & Francis، p2. Available at :
http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-social-media.pdf

10- Canty، Nick (2012). Social Media in Libraries: It's like، Complicated. P4-5.

11- Miller، P.(2005) Web 2.0: Building the New Library. Ariadane Magazine، 4(45)، Retrieved from :
http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/.[Accessed on 21 July 2013]

12- Habib، M.C. Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology. North Carolina University،Chappe Hill، 2006. http://etd.ils.unc.edu/dspace/bitstream/1901/356/1/michaelhabib.pdf. [Accessed on 7 July 2013].

13- Frey، Thomas. The Future of Libraries : Beginning the great Transformation، 2005. Avalible at: http://www.futuristspeaker.com/2006/11/the-future-of-libraries/ (access 10 june 2013).

14- Jim Burton، (2008)،"UK Public Libraries and Social Networking Services"، Library Hi Tech News، Vol. 25 Iss: 4 p5

15- Dadzie، Perpetua S. (2007) Information Literacy: assessing the readiness of Ghanaian Universities، Information Development; vol 23، No. 4، pp 265-277..

16-Bell، S.J. (2007). Building better academic libraries with Web 2.0 technology tools. Library Issues، 28(2)، p.3

17- Ayiah، Efua Mansa، Kumah، Cynthia Henewaa. Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients by African Libraries،2011.p2 available at:http://conference.ifla.org/ifla77.com

18- Heidi Steiner، (2009)،"Reference utility of social networking sites: options and functionality"، Library Hi Tech News، Vol. 26 Iss: 5 p. 4

19- Arrington، M. (2009)، "Facebook now nearly twice the size of MySpace worldwide"، TechCrunch، January 22، available at: www.techcrunch.com/2009/01/22/facebook-now-nearly-twice-thesize-of-myspace-worldwide/

20- Heidi Steiner،Ibid p4

21- Heidi Steiner،Ibid p4

22- Milstein، S. (2009)، "Twitter for libraries (and librarians)"، Computers in Libraries، Vol. 29 No. 5، available at: www.infotoday.com/cilmag/may09/Milstein.shtml.

23- Kroski، E. (2007a)، "Folksonomies and user-based tagging"، in Courtney، N. (Ed.)، Library 2.0 and beyond: Innovative Technologies and Tomorrow's User، Libraries Unlimited، Westport، CT، pp. 105.

24- Kroski، E. (2007b)، "The social tools of Web 2.0: opportunities for academic libraries"، Choice، Vol. 44 No. 12، pp. 21.

25-Andrea Dickson، Robert P. Holley، (2010)،"Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns"، New Library World، Vol. 111 Iss: 11 pp. 469

26- Mathews، B. (2007a)، "Moving beyond the reference desk: being where users need us"، The Reference Librarian، Vol. 48 No. 2، p10.

27- Farkas، M. (2007a)، “Going where patrons are”، American Libraries، Vol. 38 No. 4، p. 27.

28- iLibrarian (2007)، “Top ten Facebook apps for librarians – part one”، August 1، available at:
http://oedb.org/blogs/ilibrarian

30- Social Media، Libraries، and Web 2.0 : How American Libraries are Using New Tools for Public Relation and to Atrrtact New Users-Fourth Annual survey November 2011 p 3 available at :
http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201202_com_social_media_survey_dec_2011.pdf

31- Samuel Kai-Wah Chu، Helen S Du. Social networking tools for academic libraries.- Journal of Librarianship and Inf ormation Science، 2012. P 3.

32- Ayiah، Efua Mansa، Kumah، Cynthia Henewaa. Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients by African Libraries

33- Nor Hazidah Awang and Mohd Ismail Abidin، "WEB 2.0 ON ACADEMIC LIBRARIES IN SOUTHEAST ASIA.. 2013 " *Proceedings of the IATUL Conferences. P 4.* Paper 45.availabl AT:
“http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1960&context=iatul”.

34- Burkhardt، Andy. Social media : A guide for college and university libraries. ACRL TechConnect، *January 2010 p10-13*

قائمة المراجع العربية والأجنبية

أولاً : قائمة المراجع العربية :

1- أماني جمالى مجاهد) 2010(. استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة .- دراسات المعلومات ،ع8(مايو 2010).

2- أماني جمالى مجاهد(2010). الشبكات الاجتماعية العربية في بيئة الويب 2.0 . الملتقى العربى الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات : الجيل الثانى للويب وتأثيره على قطاع المكتبات والمعلومات (ورقة عمل).

3- عبد الله حسين متولى(2009). الحياة الثانية على الإنترنت .- الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ،ع31 ص55.

4- علياء سامى عبد الفتاح) 2011.(الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي.- ط2.- القاهرة : دار العلم العربى. ص30.

5- ماجدة مراد.(2012). تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بعدم الوعي السياسى لدى الشباب المصري الجامعى. المجلة المصرية لبحوث الاعلام. ع2، ص 73.

6- محمد ابراهيم حسن (2007). نحو تقييم موضوعى لمواقع المكتبات على الشبكة العنكبوتية.- مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية. مج 13،ع 2. ص 215.

7- محمود عبد الستار خليفة (2009). الجيل الثانى من خدمات الإنترنت : مدخل إلى دراسة الويب 2 والمكتبات .- Cybrarians journal. 2 ، ع 18 متاح على :

http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=3
82:-20-20-&catid=141:2009-05-20-09-52-31&Itemid=59

8- مها عبد المجيد)2008(. المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت : آليـة للتـشبيك أم للتفتيـت الاجتماعي .- المجلة الاجتماعية القومية .- مج45،ع3(سبتمبر 2008)، ص 98.

9- هبـة محمـد خليفـة)2010(دور الـشبكات الاجتماعيـة في التنميـة المهنيـة لأخـصائى المكتبـات والمعلومات : دراسة مـسحية ميدانيـة لموقـع الفـيس بـوك كنمـوذج للـشبكات الاجتماعيـة .- الملتقى العربى الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات ، (27-28 يوليو 2010)، ص39.

10- وليد رشاد زكى)2010(. الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهم .- مجلـة الـسياسة الدوليـة. ع1 ، (ابريل 2010)، ص 55.

ثانياً : قائمة المراجع الاجنبية :

1- A Childnet International.(2010.) Young People and Social Networking Services : A Childnet International Research Report ، PP 11 - 13. available at : http://www.digizen.org/socialnetworking/evaluating.aspx

2- A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011): New Directions in Web Data Management 1،.- Heidbelberg : Springer-Verlag Berlin،p –219.

3- Abran، A.، Khelifi، A.، Suryn، W. & Seffah، A.(2003) Usability Meanings and Interpretations in ISO Standards J Software Quality Control. p328.

4- Andrea Dickson، Robert P. Holley، (2010)،"Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns"، New Library World، Vol. 111 Iss: 11 pp. 469.

5- Albert-Lάsló Barabάsi. (2002) Linked : The New Science of Networks. Cambridge : Perseus Publishing.

6- Ali،Tariq Alam Muhammad.(2010) The Challenge of Usability Evaluation of Online Social Networks with a Focus on Facebook. Master thesis.- Sweden: School of Computing،.p4.

7- American Marketing Association (2008). MySpace، Your Space and Their Space : Connecting with your Customers in online Social Networks،. P7.

8- Ayiah، Efua Mansa، Kumah، Cynthia Henewaa. Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients by African Libraries،2011.p2 available at:http://conference.ifla.org/ifla77.com

9- Arrington، M. (2009)، "Facebook now nearly twice the size of MySpace worldwide"، TechCrunch، January 22، available at: www.techcrunch.com/2009/01/22/facebook-now-nearly-twice-thesize-of-myspace-worldwide/

10- Baker، C. (2009)، "Facebook or Facadebook?"، ACRLog، 29 April،available at: http://acrlog.org/2009/04/29/ facebook-or-facadebook.

11- BARRIGAR، J. Social Network Site Privacy: A Comparative Analysis of Six Sites.Canada: The Office of the Privacy Commissioner of Canada، 2009. P8

12- Bell، S.J. (2007). Building better academic libraries with Web 2.0 technology tools. Library Issues، 28(2)، p.3

13- B.، Booth، A. & Weintrop، J.)2001(. Usability Testing of an Academic Library Web Site: A Case Study .p188-189.

14- 3- Barnhill (2004)، Bill. The Social Web: Creating an Open Social Network with XDI.Vol7.p2

15- Barrigar،Jennifer) 2009(.Social Network Site Privacy : A comparative analysis of six sites .- Ontario: office of the Privacy Commissioner of Canada ،pp 36-47.

16- Ben-Ari، Elia .- Twitter: What's All the Chirping About?.- Jstor.- Vol.59، No.7، .- California: Institute of Biological Sciences،2009. P5 available at: http://www.jstor.org/stable/10.1525/bio.2009.59.7.19

17- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B.(2007). Social network sites: Definition، history، and scholarship .- Journal of Computer-Mediated Communication، .- available at: . http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html ، 10-1-2010

18- Boyd، danah. (2004) "Friendster and Publicly Articulated Social Networks." *Conference on Human Factors and Computing Systems* (*CHI 2004*). Vienna: ACM، April. P3-4

19- Brace، I.(2008) *Questionnaire Design*: *How To Plan، Structure And Write Survey Material For Effective Market Research*، London، Kogan Page Ltd. P 53

20- Breakwell، G. M.، Hammond، S. & A. SMITH، J. (2006)*Research methods in psychology*، London، SAGE publications Ltd. P.123

21- Brock، Vicky (2007). An introduction to Online Social Networks : What are they and Way do they Matter to Business ? .- Highland Business Research ، p1.

22- Burkhardt، Andy. Social media : A guide for college and university libraries. ACRL TechConnect، *January 2010 p10-13*

23- Byrne ، Dara N. (2008)"The Future of (the) "Race": Identity، Discourse، and the Rise of

24- Carol M Bast ، Cynthia A. (2009) Brown Guilty by Association: "Small World" Implications for Business Strategies in Post 9/11 America. P3.

25- CASSIDY، J. Me media: How hanging out on the Internet became big business. The New Yorker، 2006 .82 (13)، 50. Available at : http://www.newyorker.com/archive/2006/05/15/060515fa_fact_cassidy

26- Chaa، Meeyoung ، Ahnc ،Yong-Yeol . Delayed information cascades in Flickr: Measurement، analysis، and modeling.- Korea: a Graduate School of Culture Technology، 2011.p7 Available At : http://www.sciencedirect.com.dlib.eul.edu.eg/science/article/pii/S1389128611003951

27- Charnigo L and Barnett-Ellis P (2007) Checking out Facebook.com: The impact of a digital trend on academic libraries. *Information Technology and Libraries* 26(1): 23–34.

28- Communities and Local Government)2008(. Online Social Networks : Research Report .-London : Crown، p.12 - 14

29- Computer-mediated Public Spheres.".- Learning Race and Ethnicity.- Cambridg;MA:The MIT Pres،p16

30- Dadzie، Perpetua S. (2007) Information Literacy: assessing the readiness of Ghanaian Universities، Information Development; vol 23، No. 4، pp 265-277.

31- Dunbar، R. I. M. (1993). Coevolution of neocortical size، group size and language in humans. *Behavioral and Brain Sciences* 16 (4)،pp8-9.

32- Elm، Malin Sveningsson (2009). "Teenagers Get Undressed on the Internet" Young People's Exposure of Bodies in a Swedish Internet Community.- *Nordicom Review* 30 .- p 88.

33- Farkas، M. (2007a)، "Going where patrons are"، American Libraries، Vol. 38 No. 4، p. 27.

34- Folmer، E. & Bosch، J.(2004) Architecting for usability: a survey. *Journal of Systems and Software*،p.70.

35- Frey، Thomas. The Future of Libraries : Beginning the great Transformation، 2005. Avalible at: http://www.futuristspeaker.com/2006/11/the-future-of-libraries/ (access 10 june 2013).

36- Granovetter، Mark S.(1973) The Strength of Weak ties .- American Journal of Sociology ، Vol78 ،Issue 6 pp 1373-1374

37- Habib، M.C. Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology. North Carolina University،Chappe Hill، 2006. http://etd.ils.unc.edu/dspace/bitstream/1901/356/1/michaelhabib.pdf. [Accessed on 7 July 2013].

38- Haifeng Yu، Phillip B. Gibbons، Michael Kaminsky، and Feng Xiao)2008(. SybilLimit:

39- a near-optimal social network defense against Sybil attacks. In Proceedings of the 2008 IEEE Symposium on Security and Privacy (SP'08)، Oakland، CA، pp35

40- Hackott، Stephanie & parmanto، Bambang.)2005(A Longitudinal Evaluation of Accessibility: Higher Education Web Sites.- Internet Research.- Vol15، No3، PP. 81-82.

41- Heidi Steiner، (2009)،"Reference utility of social networking sites: options and functionality"، Library Hi Tech News، Vol. 26 Iss: 5 p. 4

42- Hunang، Yongjian (2009). Supporting Meaningful Social Networks scholarship. – Southampton: Yongjian Hunang.P20 . (PhD. Dissertation)

43- Hupp، Jessica(2008).25 Useful Social Networking Tools for librarians.Collegedegree.8(6)، 67. Available At : http://www.collegedegree.com/library/financial-aid/25-useful-social-networking-tools-for-librarians/

44- iLibrarian (2007)، "Top ten Facebook apps for librarians – part one"، August 1، available at: http://oedb.org/blogs/ilibrarian

45- Jim Burton، (2008)،"UK Public Libraries and Social Networking Services"، Library Hi Tech News، Vol. 25 Iss: 4 p5

46- jörneborn ، Lennart (2004).- Small-World Link Structures across an Academic Web Space: A Library and Information Science Approach. PhD. Copenhagen: Department of Information Studies، Royal School of Library and Information Science.P33-34.
Available At :
http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2874/2570
.

47- Kay، Russell(2007). QuickStudy: Online Social Networks .- Computerworld ، Available at:
http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=302652

48- Kazienko ، Przemyslaw ، Musial ، katarzyna (2006) Recommendation framework for online social networks .- Berlin :Springer-Verlag، p111.

49- Kazienko، Przemyslaw and Katarzyn، Musial . Social Capital in Online Social Networks .- Available at :
http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.106.6090&rep=rep1&type=pdf 1-4-2011

50- Kroski، E. (2007a)، "Folksonomies and user-based tagging"، in Courtney، N. (Ed.)، Library 2.0 and beyond: Innovative

Technologies and Tomorrow's User، Libraries Unlimited، Westport، CT، pp . 105.

51- Kroski، E. (2007b)، "The social tools of Web 2.0: opportunities for academic libraries"، Choice، Vol. 44 No. 12، pp. 21.

52- Leonard، A(2004). You are who you know .- Salon.com Technology،.- Available at: http://www.salon.com/tech/feature/2004/06/15/social_soctware_one

53- Mathews، B. (2007a)، "Moving beyond the reference desk: being where users need us"، The Reference Librarian، Vol. 48 No. 2، p10.

54- Mew، Lionel Q. L(2009). Online Social Networking: a task-person technology fit perspective/directed by William H. Money .- School of Business، George Washington University. 295 p. PhD. Dissertation.

55- Michelle McGiboney، "Twitter's Tweet Smell of Success،" Nielsen Wire. 18 March2009، blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/twitters-tweet-smell-of-success/.

56- Mishra، C. S. . (2011)Social Networking Technologies (SITs) in Digital Environment: Its Possible Implications on Libraries ،.P8.

57- Miller، P. Web 2.0: Building the New Library. Ariadane Magazine، 2005، 4(45)،34. http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/.[Accessed on 21 July 2013]

58- Milstein، S. (2009)، "Twitter for libraries (and librarians)"، Computers in Libraries، Vol. 29 No. 5، available at: www.infotoday.com/cilmag/may09/Milstein.shtml.

59- Mislove، A.، Marcon، M.، Gummadi، K. P.، Druschel، P.، & Bhattacharjee، B.)2007(.Measurement and Analysis of Online Social Networks. *Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM Conference of Internet Measurement*، pp. 29-42..

60- Nor Hazidah Awang and Mohd Ismail Abidin، "WEB 2.0 ON ACADEMIC LIBRARIES IN SOUTHEAST ASIA.. 2013 " *Proceedings of the IATUL Conferences.* Availabl:"http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1960&context=iatul

61- Newman، M.E J (2005). The Structure and Function of Complex networks .- [Santa Fe]: Santa Fe Institute. P2.

62- Pallis، George.،(et al) (2011) Online Social Networks : Status and trends .- New Directions in Web Data Management .- Heidelberg : Springer-Verlag Berlin Heidelberg. P213.

63- Park، Minji، Kim،Jihye .How does Cyworld and Personal Networking Communities Effect People's Communication and Relationships? P1.

64- Pool، Ithiel de Sola ، Kochen، Manfred (1978). Contacts and Influence.-Social Networks. Netherlands : Elsevier، P6.

65- Powell، Guy R.(2001). Roi of Social Media : How to Improve The Return one your Social Marketing Investment. Asia: John Wiley & sons ،2011.

66- Priem، Jason & Hemminger، Bradley M. Scientometrics 2.0 : toward new metrics of scholarly impact on the social web .- First Monday، Vol. 15، No.7، 2010.-

67- Redmond، Fiona. .Social Networking Sites : Evaluating and Investigating Their Use in Academic Research. Presented at ICERI 2010 (International Conference of Education، Research and Innovation) that was held in Madrid on the 15th، 16th and 17th of November، 2010. P 4

68- Samuel Kai-Wah Chu، Helen S Du. Social networking tools for academic libraries.- Journal of Librarianship and Information Science، 2012. P 1.

69- Schuyler، M. (2001) Cutting – edge Statistics.- **Computers in Libraries** .- Vol. 21، No.3. PP.51-53.

70- Skog، Daniel .(2004)" THEY REALLY WANT YOU TO WRITE DOWN WHO YOU ARE" The

71- Social Media، Libraries، and Web 2.0 : How American Libraries are Using New Tools for Public Relation and to Atrrtact New Users-Fourth Annual survey November 2011 p 3 available at :
http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201202_com_social_media_survey_dec_2011.pdf

72- Disclosure of Private Information At Lunarstorm.- IADIS International Conference Web Based Communities ،pp1-2

73- Travers، Jeffrey، Milgram، Stanley.(1969) An Experimental Study of the Small World Problem.- Sociometry، Vol32 ، No4. P428-429.

74- Vakali، A. & L.C.Jain (Eds.) (2001):New Directions in Web Data Management .- Heidelberg: Springer- Verlag Berlin، p 222

75- Watts، Duncan J.Watts(2003).- Six Degrees : The Science of a Connected Age.- Newyork: w.w. Norton & Company، p38.

76- Wellman، B. (2001). Computer Networks As Social Networks . *Science* ، *293* (5537)، 2031-2034.

77- Xu Cheng Cameron Dale Jiangchuan Liu. Statistics and Social Network of YouTube Videos.- Quality of Service، 2008. IWQoS 2008. 16th International Workshop.p229-230 available at :
http://www.cs.sfu.ca/~jcliu/Papers/YouTube-IWQoS2008.pdf

78- Zafarani ، Reza. Cole ،William D. .- Sentiment Propagation in Social Networks: A Case Study in LiveJournal .- springerlink.- Vol6007/2010،p 415.

ملحق رقم(1)

قائمة مراجعة

خاصة بالمعايير الاساسية التى يجب توافرها عند تقييم مواقع الشبكات الاجتماعية

أولاً : ديموغرافية الشبكة : وتشمل

1- الإتاحـــــــــــــة

2- الترتيب العالمى على المستوى العام

3- الترتيب على حسب الشبكات الاجتماعية

4- عدد الاعضاء

5- عدد الزوار

6- الحد الادنى لعضوية الاشتراك

7- نسبة الاعضاء الذكور

8- نسبة الاعضاء الإناث

9- نسبة الاعضاء تحت الـ 18 سنه

10- التغطية العالمية

11- التغطية اللغوية

12- الفئة التى ينتمى إليها

13- نشر الإعلانات مجاناً

ثانيا : الملف الشخصى : ويشمل :

1- محرر الحساب الشخصى ذو خاصية (WYSIWYG*)

2- تعديل واجهة الحساب الشخصى

3- تخصيص الاكواد (HTML or CSS)

4- بناء سطر المسار الموحد URL الشخصى.

5- قائمة الأصدقاء

6- دعوة الأصدقاء

7- إتاحة الصور الشخصية

8- الحجم الأقصى لرفع الصور

9- بناء البومات الصور

10- تدوين التعليقات

11- بناء المدونات / الجرائد

12- إنشاء التطبيقات

ثالثاً : الجماعات Groups : وتشمل

1- إنشاء الجماعات

2- حريه عرضها وإخفاءها

3- السماح للأعضاء بنشر الأخبار

4- إرسال الرسائل للأعضاء دفعة واحدة

5- السماح بمشاركة ملفات الوسائط المتعددة

6- إعطاء الصلاحيات لمدير الجماعة

رابعاً : الصفحات : Pages وتشمل :

1- إنشاء الصفحات

2- التقسيم الفئوى للصفحات

3- السماح للأعضاء بنشر الأخبار

4- إرسال الرسائل للإعضاء دفعة واحدة

5- السماح بمشاركة ملفات الوسائط المتعددة

6- اعطاء الصلاحيات لمدير الصفحة

خامساً : وسائل الحماية Security : وتشمل

1- ضبط الإعدادات

2- حجب الاعضاء

3- الابلاغ عن الاشخاص المزعجين

4- الابلاغ عن إساءة الاستخدام

سادساً : الخصائص التشابكية وتشمل :

1- غرف الدردشة

2- الرسائل الفورية

3- التيجان tags

4- النشرات Bulletins

5- المنتديات Forums

6- البريدemail

7- مشاركة ملفات النصوص / الاغانى / الصور / الافلام

8- استخدام الموبايل في الولوج إلى الشبكة

9- تحميل الاغانى

10- تحميل افلام الفيديو

11- تحميل الافلام الشخصية

12- الالعاب

13- الاعلانات المبوبه

14- الأحداث Events

15- تصفح الكتب

سابعاً : البحث Search ويشمل البحث :

1- باسم الشخص

2- بالبريد الإلكتروني

3- بالمدرسة

4- بالمدينة

5- بالاهتمامات المشتركة

6- الكلمات المفتاحة

ثامناً : مساعده الدعم الفنى Technical Help/Support : وتشمل

1- eMail Support

2- FAQ

3- User Forums

تاسعاً : لغات التصميم المستخدمة :

1- PHP

2- JAVASCRIPT

3- C

4- ASP.NET

5- XHTML

عاشراً : قاعدة البيانات المستخدمة :

1- ORCAL

2- MYSQL

3- SQL

هذا الكتاب

لقد كان التزايد المستمر والمحلوظ لظاهرة جديدة تعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنتOnline Social Networks Sites سببًا وراء ظهور الاهتمامات البحثية المرتبطة بكل من: الدراسات والبحوث التى تُعنى بكيفية التواصل الاجتماعي بين الأفراد والهيئات والمنظمات في سياق البيئة الإلكترونية من جهة، والتعرف على الخدمات التى تقدمها الشبكات الاجتماعية من جهة أخرى، فضلاً عن تحليل الروابط الفائقة بين تلك المواقع ببعضها البعض.

ونظراً لتواجد مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، ولقدرتها على النفاذ إلى الأفراد والجماعات بسرعة ويسر، ولإتاحتها مصادر المعلومات والمعرفة بأساليب مختلفة غير تقليدية، وقدرتها على تحقيق التفاعل والإندماج في إطار من الألفة والصداقة، فيأتي دور هذا الكتاب في محاولة متواضعة لرسم صورة واضحة للشبكات الاجتماعية على العنكبوتية من خلال : التعرف على أهداف مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ومسارات تطورها، ومكوناتها الأساسية، وخدماتها، وتقنيات الاتصال بها وأثرها في تشكيل الوعى الثقافي والمعرفي وتوجيه أنماط التفكير، فضلاً عن التعرف على المعايير العالمية الخاصة بتقييم وتحليل مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وأبرز فئاتها.

ولقد تضمن هذا الكتاب فى نهايته فصل كامل عن استثمار تقنيات الشبكات الاجتماعية في المعرفة البشرية إذ يتناول أنماط تأثير تلك الشبكات في قطاعات المعرفة المختلفة (التربية التعليم - شركات السياحة – التسويق - الاعلام - المكتبات - تشكيل الوعى السياسى والاجتماعي) .

والله ولى التوفيق،،

الناشر

عبدالحي أحمد فؤاد



دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأشقر - النزهة الجديدة - القاهرة

تليفون: 26246252 فاكس: 26246265

www.daralfajr.com info@daralfajr.com